



## **ЭКСПРЕСС-КУРСЫ ВЕРСТАЛЬЩИКОВ**

### **ТЕМА 1: Анализ и работа с PSD**

#### **План**

1. Введение;
2. Анализ макета на предмет секций, колонок, строк и блоков;
3. Определение скриптовых составляющих дизайн-макета;
4. Анализ шрифтов и цветовой гаммы дизайн-макета;
5. Обработка изображений дизайн-макета;

#### **1. Введение**

Работа с ПСД макетом в Photoshop'е занимает ключевую роль в процессе разработки шаблона. Качественно проанализированный ПСД макет позволит не только качественно сверстать шаблон, но также значительно увеличить скорость его разработки.

Процесс работы с дизайн-макетом шаблона условно можно разбить на несколько последовательных этапов, таких как:

- Анализ макета на предмет секций, колонок, строк и блоков;
- Определение скриптовых составляющих дизайн-макета;
- Определение компонентов дизайн-макета;
- Анализ шрифтов и цветовой гаммы дизайн-макета;
- Обработка изображений дизайн-макета;

Для успешного прохождения данной темы нам понадобятся следующие инструменты:

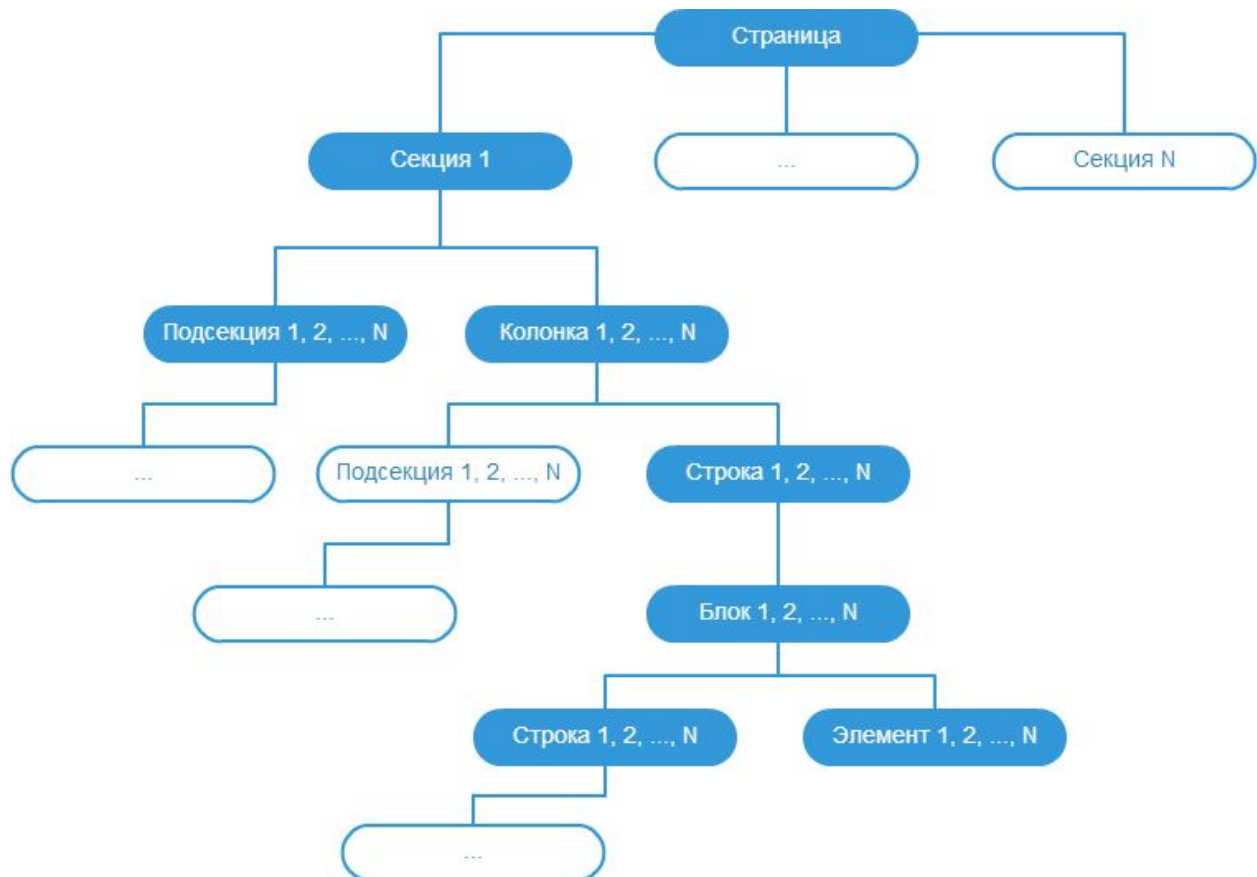
- Adobe Photoshop CS6;
- Skyfonts

## 2. Анализ макета на предмет секций, колонок, строк и блоков

Приступая к анализу дизайн-макета шаблона, прежде всего необходимо определить список секций, колонок, строк и блоков в нем, а также закономерности их оформления. Данный список на этапе анализа дизайн-макета представляет собой логическую структуру документа. В дальнейшем полученную логическую структуру необходимо отобразить в виде физической структуры с помощью HTML кода на этапе верстки шаблона.

Правильный и качественный анализ дизайна очень сильно влияет на скорость его разработки и сложность его дальнейшей поддержки.

По сути процесс анализа дизайн-макета сводится к процессу его декомпозиции, то есть разбиения на более простые составляющие. Сам макет при этом можно представить в виде большой многослойной композиции, которую можно отобразить в виде иерархического дерева.



Теоретически, такая многослойная иерархическая композиция может иметь бесконечную глубину.

Рассмотрим значение каждой составляющей на представленном дереве, с точки зрения анализа дизайн-макета шаблона, начиная с элементарных составляющих, заканчивая комплексными.

- Элемент - элементарная логическая единица на странице. Элементами могут быть заголовки, абзацы, списки, кнопки и т.п..
- Блок - самодостаточная совокупность логически связанных элементов. Блок может включать как элементы, так и строки или другие блоки.
- Строка - это контейнер, который используется для размещения нескольких блоков в одном горизонтальном потоке. Строка может включать в себя только блоки.
- Колонка - это основная вертикальная логическая единица на странице. Например, боковая навигация или панель. Колонка может включать в себя подсекции, строки.
- Секция - это основная горизонтальная логическая единица на странице. Секция может включать в себя подсекции и колонки.
- Страница - тело документа, который включает в себя все структурные единицы от секций до элементов.

Совокупность выше перечисленных составляющих формирует собой логическую структуру документа.

При преобразовании логической структуры документа (этап анализа макета) в физическую (этап верстки) часто возникает ситуация, когда использование полной логической структуры является избыточным.

Тогда вводится понятие физически прозрачной структуры.

Прозрачная структура - это совокупность логических единиц на странице, которые имеют одинаковую смысловую нагрузку.

Например, представим ситуацию:

## WHAT WE DO

---

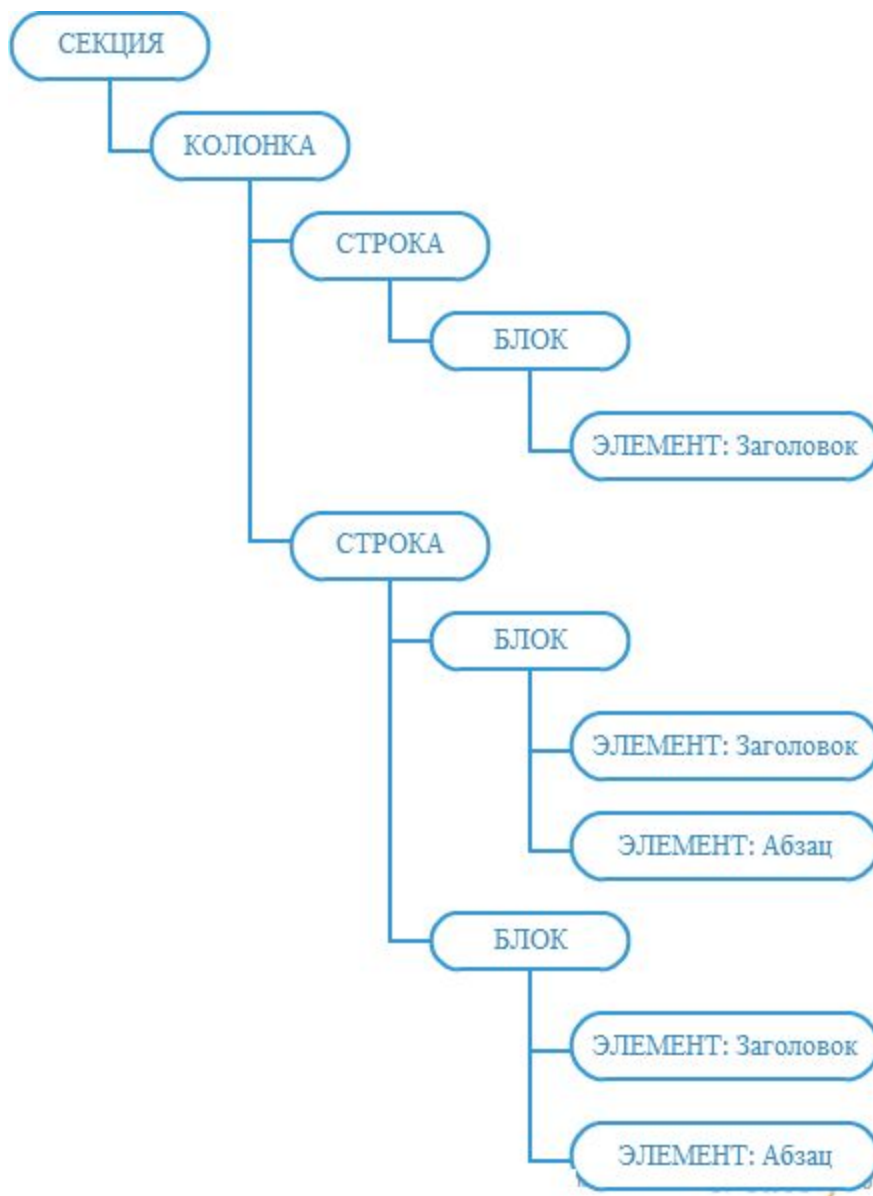
### Consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, congue adipiscing elit. Praesent vestibulum molestie lacus. Aenean nonummy hendrerit mauris. Phasellus porta. Fusce sit varius magna natoque penatibus.

### Adipiscing elit

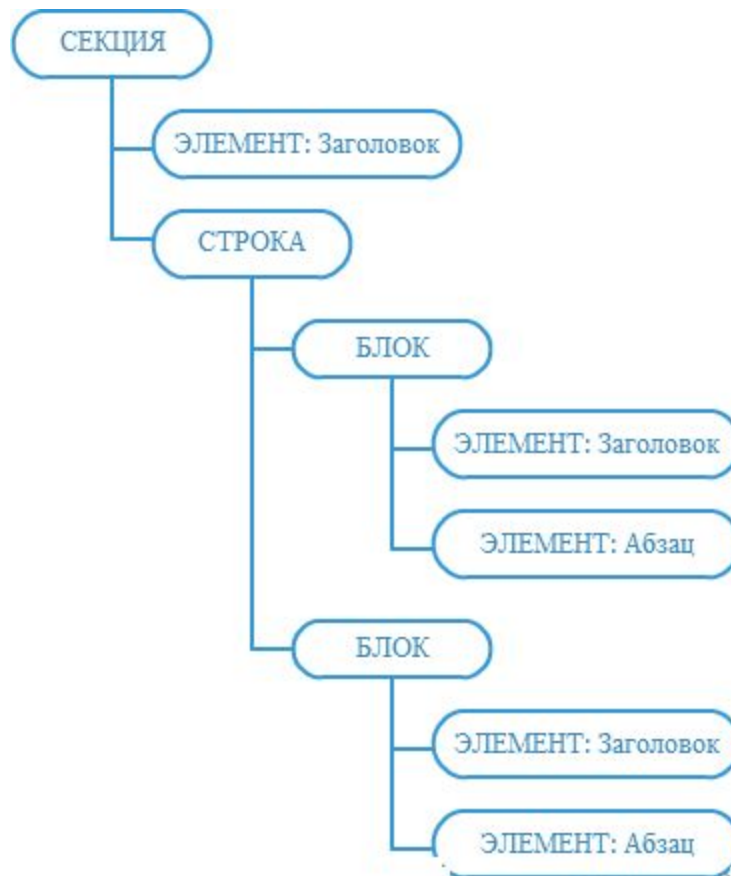
Lorem ipsum dolor sit amet, congue adipiscing elit. Praesent vestibulum molestie lacus. Aenean nonummy hendrerit mauris. Phasellus porta. Fusce sit varius magna natoque penatibus.

Данный участок дизайна можно представить в виде следующей логической структуры:



Однако использование данной структуры как физической является избыточным, так как “Колонка” по отношению к “Строкам”, а также “Строка” и “Блок” по отношению к первому “Элементу: Заголовок” являются прозрачным, то есть данные структуры можно смело упустить без вреда для итогового результата.

Физическая структура в таком случае будет выглядеть так:



Далее, рассмотрим некоторые правила построения логической структуры документа.

Начнем с анализа дизайн макет на предмет секций и подсекций в нем.

На данный момент спецификацией HTML определено правило, что весь контент страницы должен разбиваться на 3 основные секции: шапка страницы, основной контент и подвал.

Принцип определения данных секций очень прост. Шапкой сайта обычно является верхняя секция страницы, подвалом - нижняя. Все что находится между ними определяет секцию основного контента.

В шапке сайта чаще всего находится логотип сайта и меню. Остальные элементы, такие как форма поиска, список социальных сетей и т.д., являются опциональными, а их наличие или отсутствие меняется от шаблона к шаблону.

В подвале сайта чаще всего определяется информация об авторских правах. Остальные блоки также являются опциональными.

Содержимое основного контента полностью зависит от тематики сайта и воображения дизайнера. В подавляющем количестве случаев содержимое основного контента разбито на логически определенные подсекции. Например, секция с последними

новостями или секция с информацией о компании и секция с услугами, которые данная компания предоставляет.

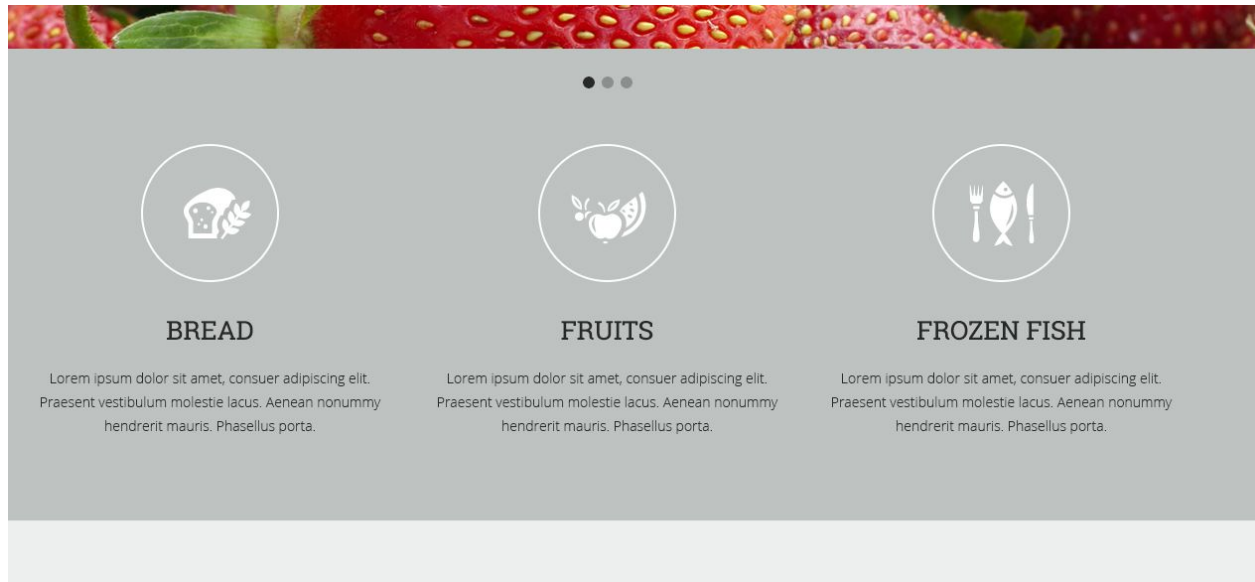
Основным правилом для выделения секций является наличие логически связанного содержимого. Например, все та же секция блога со списком постов в нем.

Тем не менее можно выделить несколько принципов для определения подсекций в шаблоне, основываясь также на их визуальном представлении:

- Определение секции по общему фону для ее содержимого;
- Определение секции по заголовку связанному с ее содержимым;
- Определение секции по разделителю между содержимым основного контента.

Рассмотрим данные принципы на примерах.

Определить подсекцию в контенте очень легко по общему фону для ее содержимого. Это отчетливо видно в следующем примере:



Для того, чтобы проверить правильность наших суждений, достаточно проверить основное правило для определения секций - наличие логически связанного содержимого.

В данной ситуации все содержимое предполагаемой секции говорит о продукции выпускаемой компанией, то есть содержимое имеет логическую связь - “Продукты”, что позволяет нам с уверенностью говорить о необходимости выделения подсекции в данном участке дизайн-макета.

Также определить наличие секции достаточно легко по заголовку связанному с ее содержимым.

На примере, данная ситуация выглядит так:

## FEATURED NEWS

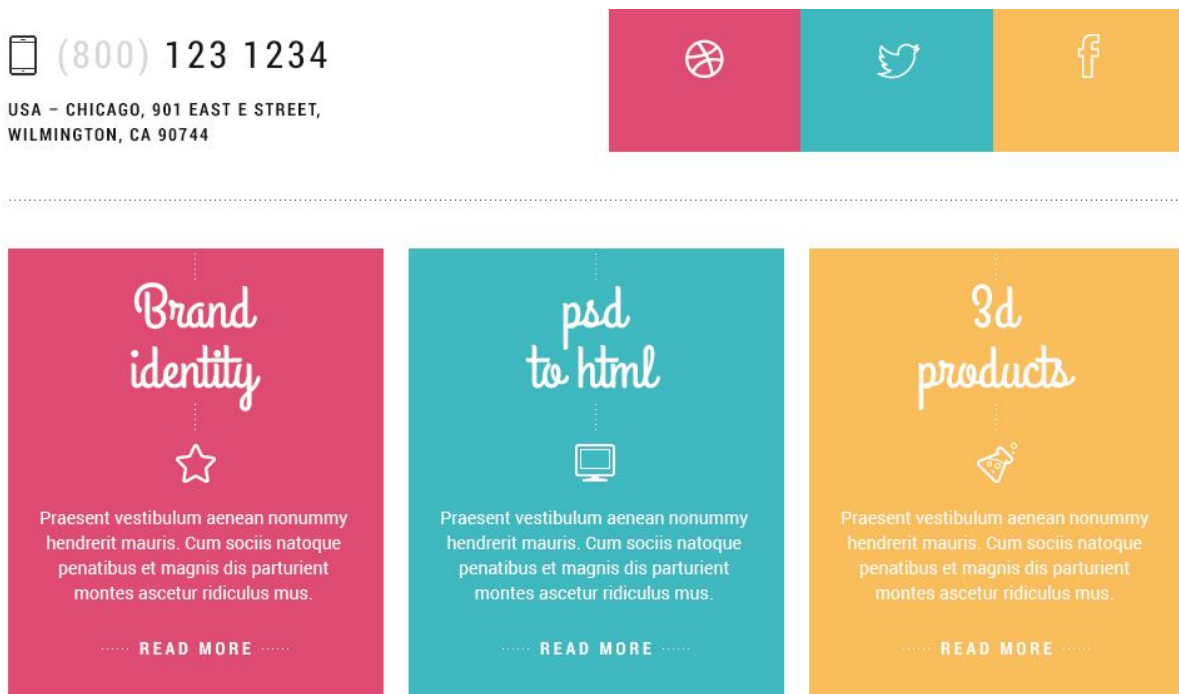


В данном примере описан заголовок и блок, определяющийся как “Пост”. В данной ситуации наличие блока с текстом “Новости” и блока с датой в блоке “Пост” позволяет нам говорить о необходимости их выделения в отдельную секцию “Новости”.

Данное суждение также можно проверить используя основное правило выделения секций.

Также нередко бывает ситуация, когда подсекцию визуально можно определить основываясь на некотором разделителе между основным содержимым документа.

Рассмотрим следующий пример:



В примере данный участок дизайн-макета разделен с помощью разделения, оформленного в виде точек, что дает нам возможность предполагать о необходимости выделения двух секций для данного участка макета.



И в действительности, если применить основное правило выделения секций, окажется, что контент перед разделителем можно выделить в секцию, связанную с контактной информацией, а контент под ним - в секцию, связанную со списком сервисов, которые предоставляет компания.

Далее, перейдем к анализу макета на предмет колонок в секциях.

Правила и принципы выделения колонок в макете идентичны правилам и принципам выделения секций в макете. Разница лишь в том, что секции определяют расположение логически связанных элементов по горизонтали, а колонки - по вертикали.

На очереди строки.

Элементы, которые имеют неразрывную логическую связь (списки и т.п.), должны представляться внутри одной строки, даже если они представлены в несколько рядов.

Рассмотрим пример. Пускай есть следующий участок макета:

**01** Sed do eiusmod tempo  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

**02** Ut enim ad minim veniam  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

**03** Quis nostrud exercitation  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

**04** Lorem ipsum dolor sit amet  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

**05** Ullamco laboris nisi ut  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

**06** Ipsum dolor sit amet  
Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor.

Здесь определен некоторый явный список, который визуально в дизайне определен в 2 ряда. Тем не менее, учитывая что элементы списка по отношению друг к другу являются логически не разрывными, в логической структуре документа их необходимо определять внутри одной строки.

### 3. Определение скриптовых составляющих дизайн-макета

Определение списка скриптов занимает важную роль в этапе анализа дизайн-макета.

В рамках данной темы мы разберем принципы определения следующих скриптов:

- Слайдер;

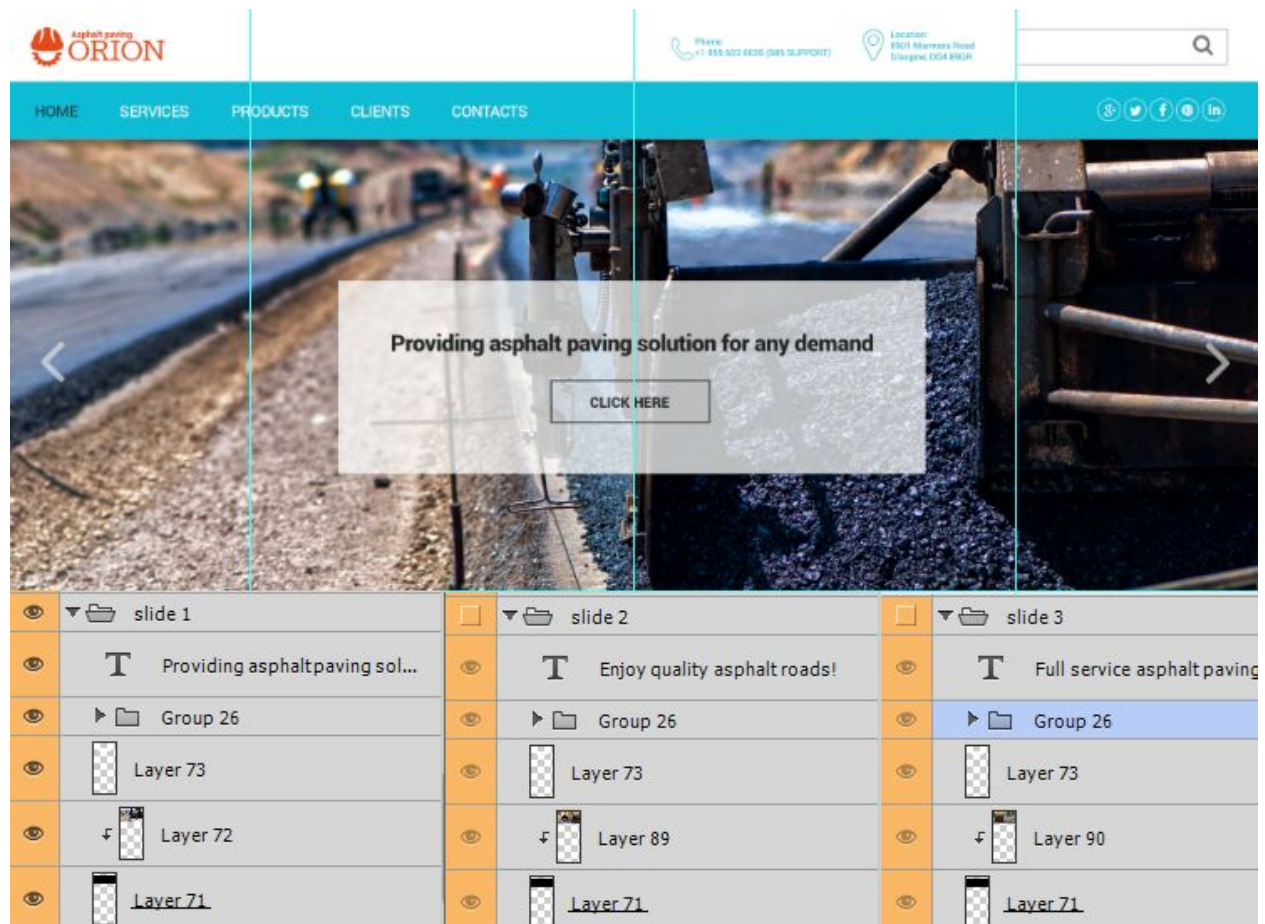
- Карусель;
- Лайтбокс;
- Галерея;
- Параллакс;
- Табы;
- Аккордеон;
- Background видео.

Начнем со слайдера.

Слайдер - это блок, в котором некоторый контент и его фоновое изображение изменяется динамически, переключается.

В дизайн макете наличие данного скрипта можно определить по наличию скрытых слоев в макете и элементов управления слайдером (навигация, пагинация).

Рассмотрим пример слайдера:



В данном примере в макете отображена навигация, а также имеются 2 скрытых категории слоев - Slide 2 и Slide 3. Это дает основание полагать, что данным участке макета дизайнер задумал слайдер.

Очень часто разработчики путают понятие слайдера и карусели. Разница между слайдером и каруселью состоит в том, что в элементе слайдера определены и картинка и контент, а в карусели - только контент. Также в подавляющем количестве случаев слайдер определяется на всю ширину макета в шапке сайта или секции идущей за ней, где одновременно отображается только 1 слайд.

Карусель - это блок, в котором некоторый контент изменяется динамически, переключается.

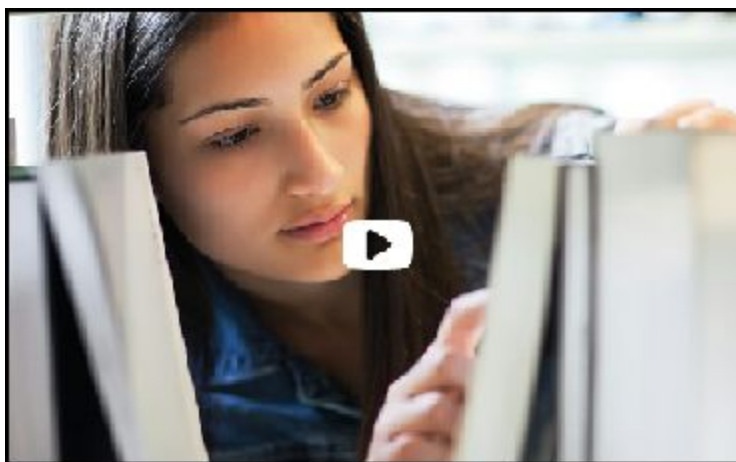
Отличительной особенностью карусели является отображение сразу нескольких элементов в области видимости пользователя. Также, в большинстве случаев, дизайнеры не рисуют скрытые слои для остальных элементов карусели.

Приведем пример карусели:



Лайтбокс - это блок, который представляет собой миниатюру для отображения некоторого контента, с отображением всплывающего окна при активации.

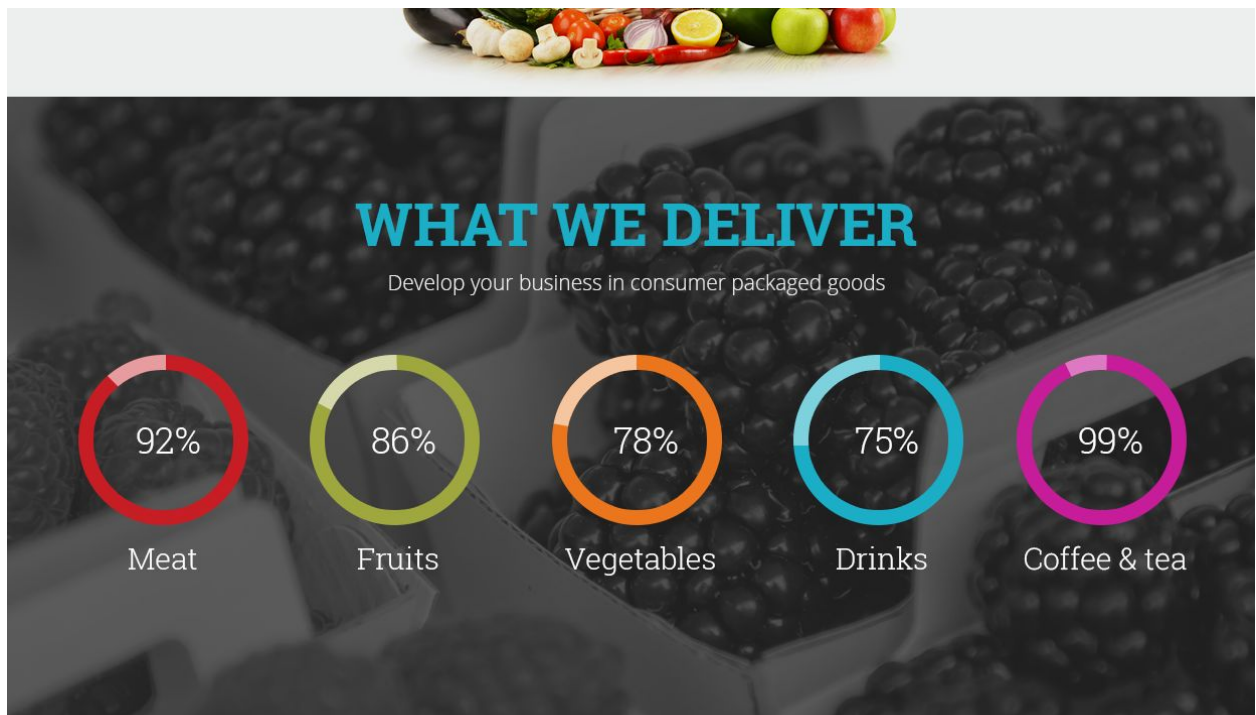
Примером лайтбокса может послужить следующий участок дизайна.



Галерея на странице обычно представляется как совокупность лайтбоксов в одной секции.

Параллакс - эффект параллакса обычно применяется на фоновых изображениях, которые отображены на всю ширину секции, в которой находятся.

Рассмотрим пример:

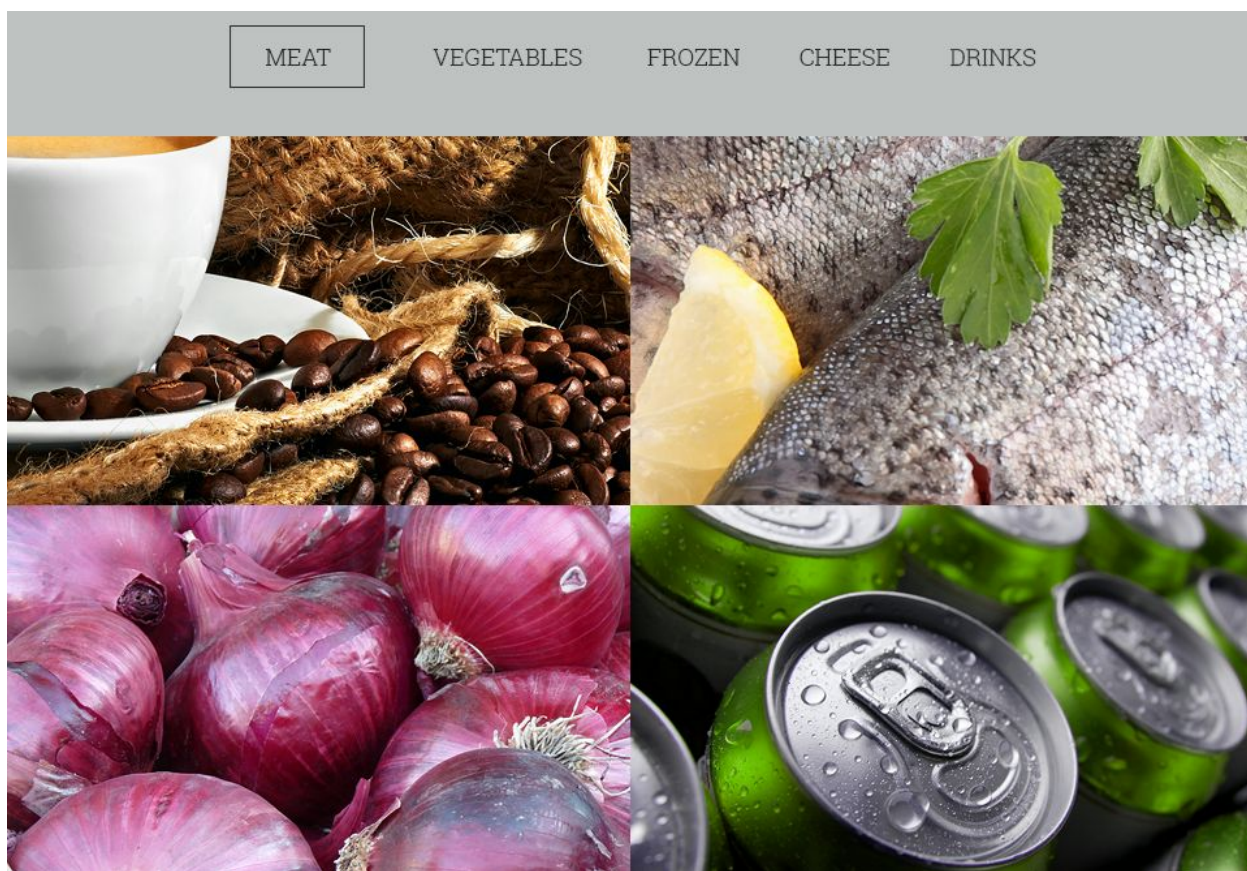


В данной ситуации эффект параллакса можно применить в черно-белом изображении в секции “What we deliver”.

Табы - это блок, в котором есть несколько блоков типа “Вкладка” и единый блок для отображения контента каждой “Вкладки”.

Примером табов может послужить следующий участок дизайна:





Аккордеон - это блок, который обычно представляется как множество заголовков с блоком контента для каждого из них.

В качестве примера можно взять следующий участок дизайн-макета:

Vivamus eget nibh. Etiam cursus leo vel  
metus. Nulla facilisi.



Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem  
accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque  
ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae  
dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas  
sit aspernatur aut odit aut fugit.

Aenean nec eros. Vestibulum ante ipsum  
primis in faucibus.



Vestibulum ante ipsum primis in faucibus  
orci luctus et ultrices.



Background видео. С точки зрения анализа макета PSD определить наличие Background видео достаточно проблематично. По факту единственным достоверным индикатором присутствия Background видео, является наличие приложенного видео материала к дизайн макету. В самом макете, при этом, обязательно должен присутствовать скриншот из видео на фоне одной или нескольких секций.

#### 4. Анализ шрифтов и цветовой гаммы дизайн-макета

Одним из очень важных моментов в анализе дизайн-макета является определение списка шрифтов и начертаний, а также цветовой гаммы дизайна.

Это позволяет определить типографику шаблона и правила комбинации цветов друг с другом в процессе верстки.

Правильное определение шрифтов в шаблоне и правил комбинации цветов позволяет не только упростить процесс верстки, но также избежать сложностей в процессе расширения шаблона, добавления новых компонентов и секций.

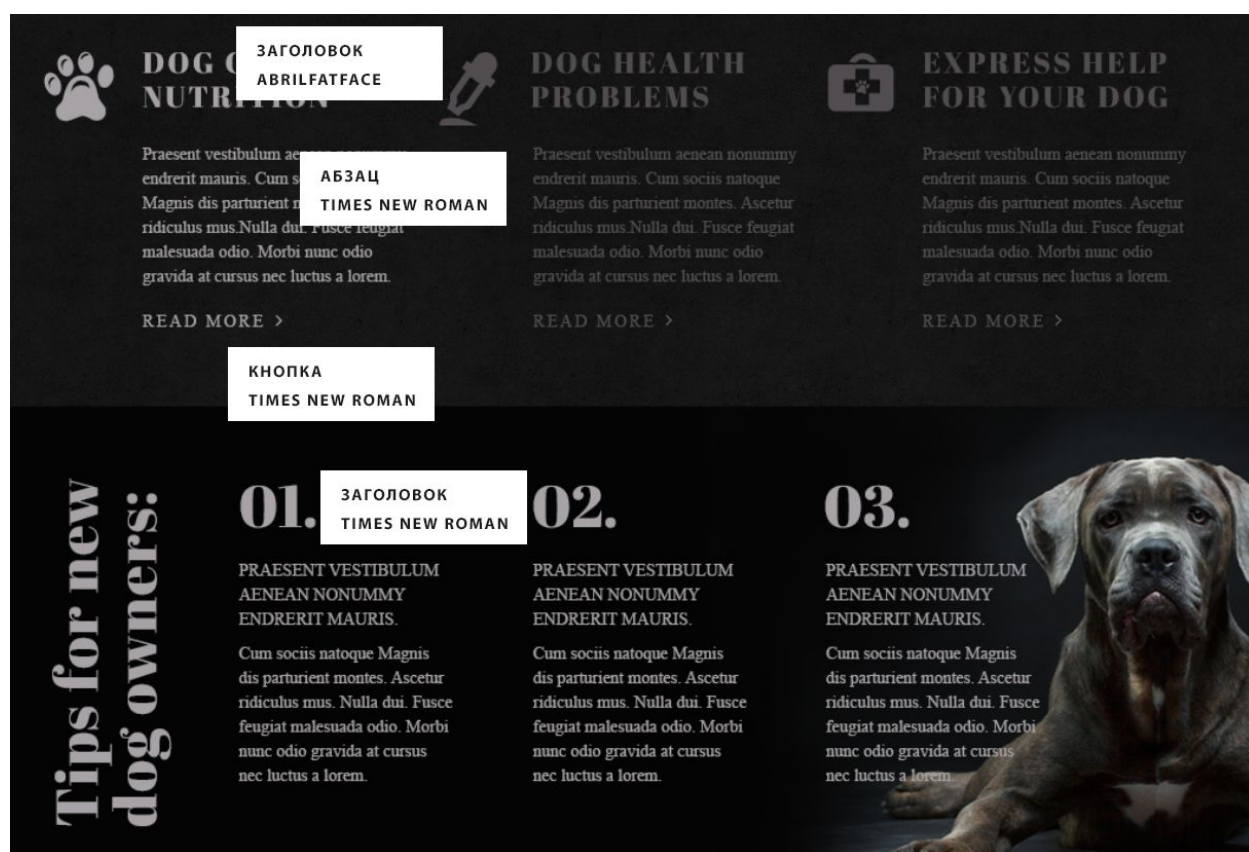
Под типографией шаблона понимаются правила оформления текста для заголовков, абзацев, списков, ссылок и т.д. в шаблоне.

В большинстве случаев достаточно определить шрифты для следующих элементов:

- Шрифт и его размер для текста по-умолчанию;
- Шрифты и их размеры для заголовков 1-го, 2-го, 3-го, 4-го, 5-го, 6-го уровня;

Обычно шрифт для текста по-умолчанию и его размер определен в элементе дизайна, который представляет собой обычный абзац текста. Данную закономерность можно проверить, если посмотреть свойства шрифтов в каждом элементе дизайна. В подавляющем количестве случаев окажется, что элементов с шрифтом, который был указан в обычном абзаце текста, в дизайне будет больше чем всех остальных.

Например, данная закономерность прослеживается в данном макете:



Как можно увидеть, большая часть элементов оформлена с помощью шрифта Times New Roman, что соответствует обычному абзацу.

Тем не менее бывают случаи, когда данная закономерность не работает. Обычно это визуально легко заметить по самому дизайну. В таком случае необходимо пройтись по всем элементам страницы и определить, каких элементов с каким шрифтом больше. Размер шрифта по-умолчанию в такой ситуации все также определяется обычным абзацом текста.

Придерживаясь правил типографии, шрифты и их размеры для заголовков необходимо определять в порядке уменьшения размера заголовка, то есть заголовок 1-го уровня (H1) - самый большой заголовок на странице, заголовок 6-го уровня (H6) - самый маленький.

Однако, на деле ситуация с определением шрифтов и их размеров для заголовков - несколько сложнее.

Дело в том, что закономерностей к определению шрифтов для заголовков от шаблона к шаблону, как таковых, нет. Тем не менее, все также можно придерживаться правила типографии, что заголовки верхних уровней должны быть больше чем заголовки нижних уровней (то есть, h1, по размеру, должен быть больше чем h2 ).

Учитывая особенности разработки наших шаблонов, нужно учитывать тот факт, что текст логотипа страницы должен находиться в заголовке 1го уровня. Однако, в большинстве случаев, размер шрифта для логотипа является далеко не самым большим на странице.

Также, не редко возникает ситуация, когда в дизайне не определено достаточное количество заголовков к тексту, чтобы определить заголовки 1-6 уровней.

Для решения вышеперечисленных проблем можно применять один из представленных ниже принципов:

- В случае, когда размер текста в логотипе далеко не самый большой на странице, определяем шрифты и их размеры для заголовков начиная со 2-го уровня, при этом заголовок 1-го уровня делаем на порядок больше, чем определенный заголовок 2-го уровня. Размер текста для логотипа, в таком случае необходимо выносить в отдельный блок (класс .brand, .logo и т.п.);
- В случаях, когда на странице не присутствует достаточное количество текстовых заголовков для определения заголовков 1-6 уровней - отсутствующие заголовки определяем по принципу, что заголовок нижнего уровня, по размеру, должен быть меньше, чем заголовок верхнего уровня и не меньше чем размер текста по-умолчанию.

Тем не менее, иногда, в некоторых дизайн макетах, определение данных типографических составляющих является недостаточным. В такой ситуации следует помнить о дополнительных семантических тегах, с помощью которых можно определить дополнительные типографические элементы. Примером соответствия тегов с типографическими элементами может послужить следующий рисунок:



**<h1> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<h2> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<h3> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<h4> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<h5> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<h6> Heading** - Lorem ipsum dolor sit amet conse ctetur

**<big> Big Paragraph** - Lorem ipsum dolor. sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do **<i> Italic Text** - eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in **<em> Accent Text** - reprehenderit in. voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur

**<p> Paragraph** - Lorem ipsum dolor. **<mark> Marked Text** - sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in. **<strong> Bold Text** - voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur

**<small> Small Paragraph** - Lorem ipsum dolor. **<u> Underline Text** - sit amet conse ctetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. **<s> Striked Text** - Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur

Где,

1. **<h1>** - Заголовок первого уровня
2. **<h2>** - Заголовок второго уровня
3. **<h3>** - Заголовок третьего уровня
4. **<h4>** - Заголовок четвертого уровня
5. **<h5>** - Заголовок пятого уровня
6. **<h6>** - Заголовок шестого уровня
7. **<big>** - Абзац большого размера
8. **<p>** - Стандартный абзац текста. Текста с данным шрифтом на странице должно быть подавляющее количество
9. **<small>** - Абзац маленького размера или сноски

10. <em> - Акцентрированный текст (Выделенный цветом)
11. <strong> - Выделенный текст (Жирное начертание)
12. <mark> - Маркированный текст (Залитый фоновым текстом)
13. <i> - Выделенный текст (Наклонное начертание)
14. <u> - Выделенный текст (Подчеркнутое начертание)
15. <s> - Перечеркнутый текст.

Касаемо цветовой гаммы, необходимо определить правила формирования цветов для следующих элементов:

- Цвет фона шапки сайта;
- Цвет фона основного контента;
- Цвет фона для подвала сайта;
- Цвет текста по-умолчанию;
- Цвет заголовков 1-го, 2-го, 3-го, 4-го, 5-го, 6-го уровня;
- Цвет ссылок по-умолчанию;
- Цвет ссылок по-умолчанию при наведении курсора мыши;
- Цвет ссылок в составе заголовков;
- Цвет ссылок в составе заголовков при наведении курсора мыши;

## **5. Обработка изображений дизайн-макета**

Изображения в дизайн-макете являются одним из основополагающих моментов в создании хорошего шаблона.

Во времена стандартов WEB 2.0 большое количество элементов на страницах вырезалось в виде картинок, но теперь, в наше время, практически любой компонент можно с легкостью реализовать используя лишь HTML и CSS.

Поэтому очень важно помнить одно “золотое правило” при нарезке изображений дизайн-макета: “Все что можно сделать с помощью CSS стилей и HTML, не должно вырезаться картинкой”.

Это значит, что прежде чем вырезать какой нибудь сложный компонент на дизайн-макете в виде изображения, нужно обязательно убедиться, что возможности реализовать данный компонент с помощью HTML и CSS в действительности нет.

Основным инструментом для нарезки изображений в Adobe Photoshop является инструмент Slice Tool.

В Adobe Photoshop CS6, при настройках по-умолчанию, данный инструмент располагается на левой панели инструментов и имеет следующий вид:



Используя данный инструмент необходимо разметить все области (далее “слайсы”) с изображениями в макете.

Все названия слайсов необходимо выполнять на английском языке. Использование названий типа “Логотип” или “Kartinka” является не допустимым.

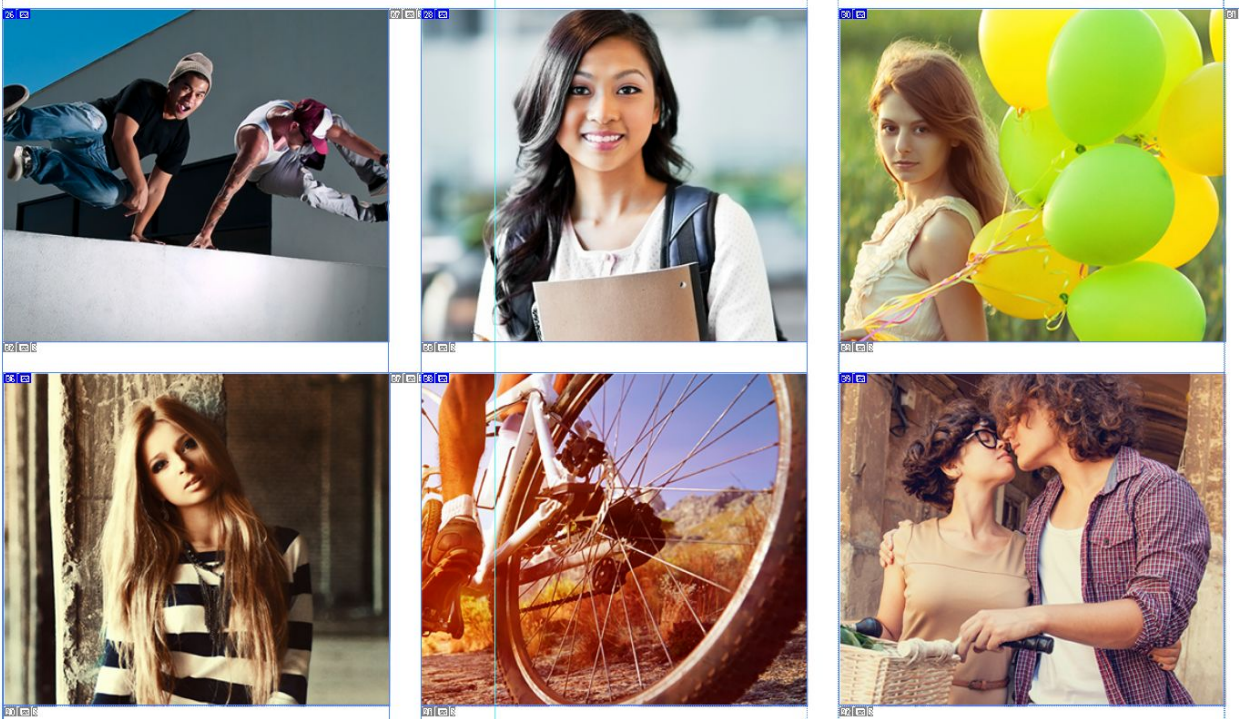
Каждому слайсу необходимо задать корректное название. Название слайса формируется по следующему принципу:

$$\text{page}-(P)\_img(N),$$

где P - номер страницы в шаблоне,

N - номер изображения на странице с предопределяющим нулем.

Например, представим следующую ситуацию. Есть следующий дизайн-макет, 01\_Home.psd, где выполнена разметка из 6 слайсов:



Тогда данные слайсы будут иметь следующие названия:

```
page-01_img01  
page-01_img02  
page-01_img03  
page-01_img04  
page-01_img05  
page-01_img06
```

Тем не менее, правило именования слайсов не применяется к одинаковым изображениям, которые присутствуют в различных .psd файлах одного макета (например, логотип на странице 01\_Home и 02\_About). В таком случае слайс может иметь произвольное, но осмысленное название (например, logo, background, parallax и т.д.).

Отслайсенные картинки необходимо сохранять в формата \*.jpg, \*.png в зависимости от типа изображения (наличие прозрачных участков) используя следующие настройки.

Для \*.jpg изображений:

- Тип изображения - JPEG;
- Качество изображения - 80.

Для \*.png изображений:

- Тип изображения - PNG-24;
- Прозрачность - включена.

Скругленные не иконочные изображения должны вырезаться с заранее отключенной обтравочной маской.

Текстурные изображения представленные в дизайн-макете должны создаваться с помощью паттерна или фильтра "Offset".

Изображения для создания parallax эффекта необходимо вырезать с запасом по высоте для учета изменения его перспективы во время работы эффекта.

Вырезанные иконочные изображения макета необходимо оформлять в виде спрайтов.