

## **Тема 4.**

### **Визуальный дизайн интерфейса**

1. Визуальная привлекательность и функциональность интерфейса.
2. Основные принципы дизайна.
3. Организация пространства при прототипировании интерфейсов.
4. Белое пространство в интерфейсе.
5. Цвет и типографика в дизайне интерфейсов.

#### **1. Визуальная привлекательность и функциональность интерфейса.**

При проектировании пользовательского интерфейса необходимо учитывать как информационное содержание (контент) разрабатываемого продукта, так и его внешнее оформление. Визуальный дизайн может значительно влиять на эффективность и привлекательность разрабатываемой системы. Визуальный дизайн интерфейса выполняет две группы задач: задачи графического дизайна и задачи визуального информационного дизайна.

Графические дизайнеры создают красивый внешний вид интерфейса (экранов), фирменный бренд на основе выбора наилучшего тона, стиля, композиции. Графический дизайн предполагает акцент на визуальные аспекты интерфейса, а вопросам, связанным со структурированием содержания (информационной архитектурой), организацией взаимодействия пользователя с информационной системой, при этом практически не уделяется внимания.

Визуально-информационные дизайнеры решают вопросы визуализации контекста и средств навигации на основе учета характера взаимодействия пользователя с системой: как пользователь воспринимает предъявляемую информацию, как лучше сообщить ему о состоянии системы, как установить соответствие между визуальной структурой интерфейса и логической структурой присущей пользователю ментальной модели и т.п.

Создание визуального дизайна привлекательного и функционального интерфейса невозможно без знания композиции. Композиция (от лат. *compositio* — сложение, приведение частей в единство) — это объединение отдельных элементов в единое художественное целое, раскрывающее идею произведения. Композиция влияет как на эстетическую привлекательность, так и на применимость разрабатываемого приложения. При проектировании информационных систем учет принципов и правил композиции помогает гармонично расположить текст и элементы интерфейса на экране таким образом, чтобы максимально раскрывалось их содержание

Композиция призвана не только достоверно изображать какой-то сюжет, объект, выразительно отобразить его характерные черты путем внесения акцентов, цветовых и световых контрастов, но и заинтересовать наблюдателя, привлечь его внимание с помощью изобразительных приемов.

Цель композиции — сформировать целостное впечатление от воспринимаемого объекта. Применительно к дизайну интерфейсов это означает создание такого дизайна, когда все элементы интерфейса (заголовок, текст, кнопки, ссылки и т. д.) гармонируют друг с другом и составляют единую картину. Чтоб достичь этой цели нужно знать и применять законы и техники композиции.

Выделяют три ключевые закона композиции:

1. целостность;
2. наличие доминанты;
3. уравновешенность.

Целостность — изображение целиком охватывается взглядом, воспринимается как единое целое, не распадаясь на отдельные самостоятельные части. Целостность подразумевает не только единство частей изображения и взаимосвязь предметов, но и отсутствие лишних подробностей, которые отвлекают внимание зрителя от наиболее важных элементов изображения.

Наличие доминанты означает подчиненность второстепенного главному. Объекты, наиболее «ярко» характеризующие отображаемое явление/объект, образуют идейно-композиционный центр, акцент на котором может быть сделан любыми выразительными средствами. Все другие элементы, играющие второстепенную роль, создающие фон, окружение также способствуют усилению главной идеи. При этом центр композиции не обязательно связан с геометрическим центром изображения.

Уравновешенность определяется соотношением площадей цветовых и тональных масс, расположенных в правой и левой части изображения по горизонтали или по вертикали.

Композиция помимо эстетической привлекательности должна также нести функциональную нагрузку: выделить какой-то блок на экране, подсказать пользователю нужное действие, сконцентрировать внимание на одном из блоков и т.д. Плохая композиция вызывает отрицательные эмоции (например, раздражение) и «бросается в глаза». Хорошая остается «незаметной», не отвлекает внимания от содержания, гармонично сочетаясь с ним.

## 2. Основные принципы дизайна <sup>1</sup>

### *«Акцентирование»*

Акцентирование — это подчеркивание особой важности или значимости какого-либо элемента. Во многом оно тесно связано, а то и вовсе совпадает с понятием иерархии. Чтобы соблюсти в процессе создания дизайна принцип акцентирования, необходимо проанализировать содержимое сайта и выяснить, какая иерархия элементов имеет место в его содержимом. Выяснив это, вы сможете создать дизайн с грамотно реализованной иерархией. Отличный способ определить, на чем нужно сделать акцент, — представить себе перечень элементов, которые требуются на веб-странице. Затем необходимо прикинуть, каков будет порядок важности этих элементов. После этого, держа в уме свои прикидки, можно приступить к созданию дизайна, в котором визуальная иерархия веб-страницы будет отражать важность элементов, определенную вами ранее. Одна из причин, по которым это так важно, состоит в том, что вы сможете избежать акцентирования на всем сразу. Кроме того, это позволит избежать ловушки в виде так называемой случайной иерархии. Всегда лучше заранее осознанно решить, какие именно элементы будут иметь приоритет в визуальном плане, а не оставлять это на волю случая. Если вы попытаетесь сделать акцент на всем сразу, то в действительности вы не акцентируете внимание пользователя ни на чем. Давайте взглянем наряд примеров и посмотрим, что необходимо для формирования визуальной иерархии.

#### Сайт Брайана Коннора (рис. 2.1)

Сайт Брайана Коннора является отличным примером соблюдения принципа акцентирования. Наиболее заметный элемент на веб-странице — самый последний пост из блога автора. Данный элемент резко выделяется на фоне большей части содержимого страницы благодаря тому, что располагается в единственной светлой секции, имеет крупный шрифт и позиционируется в верхней части окна. Это признак того, что дизайнер явно стремился и желал привлечь к посту внимание пользователей. В подобных ситуациях может показаться, что элементы, касающиеся портфолио, или контактная информация заслуживают не меньше внимания, однако здесь опять-таки следует учитывать тот факт, что попытка все уравнивать по важности в конечном итоге приводит к тому, что все смешивается в единую массу.

---

1. Макнейл, П. Веб-дизайн. Идеи, секреты, советы. / П. Макнейл. – СПб.: Питер, 2012. – С. 15-37.

### Сайт Digitalmash (рис. 2.2)

Данный сайт также следует принципу акцентирования для контроля над вниманием пользователей. Выделяющийся на общем фоне текст с крупным шрифтом, который и здесь располагается вверху веб-страницы, четко дает понять, какую цель преследует его владелец: данный сайт помогает его автору находить заказы для выполнения. Здесь он не рассказывает о своей семье, не предлагает поделиться фотографиями с друзьями, как на сайте Flickr, или всенародно обсудить его последнюю запись в Twitter. Данный сайт просто помогает автору привлечь клиентов, которые могут обеспечить его работой. Примите во внимание назначение вашего сайта и задумайтесь над тем, как можно использовать принцип акцентирования для того, чтобы подчеркнуть и обратить внимание пользователей на его назначение.

### Сайт Cold Stone Creamery (рис. 2.3.)

В случае с данным сайтом используется распространённый подход к конфигурации макета, позволяющий эффективно акцентировать внимание пользователей на нужных элементах.

Веб-страница имеет типичный заголовок, включающий логотип и ключевые навигационные элементы. Именно здесь в дизайне наблюдается весьма мощный акцент. Обуславливаемый сначала количеством физического пространства, уровнями, которые мы можем наблюдать здесь, однако в таком подходе нет необходимости.

В верхней части страниц мы видим большую анимированную заставку, которая привлекает внимание пользователей и позволяет владельцам сайта распоряжаться этим вниманием так, как им нужно. Далее следуют более компактные области с содержимым, представленные в виде трех отдельных блоков с информацией. Эта компактность означает, что пользователи обратят на них внимание во вторую очередь, а не в первую.

Разумным будет сделать так, чтобы интенсивность акцентирования внимания на элементах совпадала с тем, как пользователь исследует страницу, то есть сверху вниз. Придерживайтесь данного подхода, и он принесет вам пользу (рис. 2.4-2.8).



Рис. 2.1. <http://www.bryanconnor.com>



Рис. 2.2. <http://www.digitalmash.com>



Рис. 2.3. <http://www.coldstonecreamery.com>



Рис. 2.4. <http://www.greencirclesshoppingcenter.com>



Рис. 2.5. <http://www.serj.ca>



Рис. 2.7. <http://www.atebits.com>

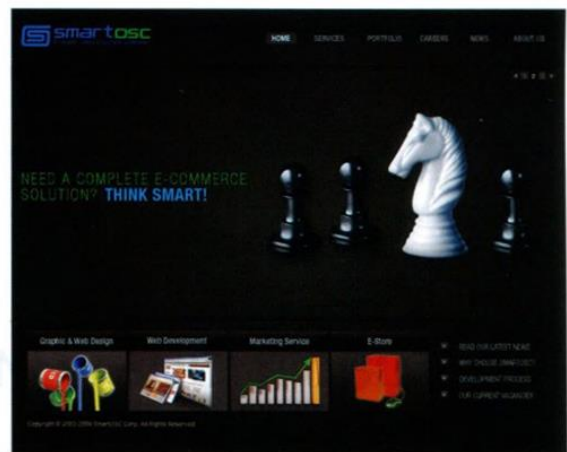


Рис. 2.6. <http://www.smartosc.com>



Рис. 2.8. <http://stonetire.com>

## Контрастирование

Контрастирование — это визуальная дифференциация двух или более элементов. Элементы с высокой степенью контрастирования выглядят чёткими и обособленными, в то время элементы с низкой степенью контрастирования кажутся сливающимися и имеют тенденцию визуально смешиваться в единую массу. Существует множество характеристик элементов дизайна, которыми можно манипулировать с целью достижения необходимой степени контрастирования элементов, включая цвет, размер, местоположение, тип и толщину шрифта. Если элементы дизайна будут контрастировать между собой, это придаст визуальное разнообразие сайту и позволит избежать заурядности в его внешнем виде. Контрастирование также позволяет привлекать внимание, обеспечивая акцент на определенных элементах. Вы увидите, что между основными принципами дизайна имеется взаимосвязь.

которая проявляется в том, что контрастирование затрагивает акцентирование. обеспечение удобства восприятия и прочие принципы дизайна.

Самое большое влияние контрастирование оказывает на визуальную иерархию веб-страницы, поскольку оно часто используется для обеспечения желаемого акцента на конкретных элементах. Таким образом, контрастирование вносит свою лепту в формирование визуальной иерархии, определяющей важность элементов дизайна. Оно помогает быстро привлекать внимание к ключевым элементам, например, к содержанию, элементам, позволяющим совершать определенные действия, или к тексту, дающему понять, в чем заключается назначение сайта. Как и всегда, следует принимать в расчет цель, преследуемую сайтом, чтобы намеренно привлекать внимание пользователей к соответствующим элементам посредством продуманного контрастирования. Давайте посмотрим, как разные дизайнеры подходят к обеспечению контрастирования между элементами.

Сайт Twe4ked studios (рис. 2.9)

На приведенном рисунке легко заметить контрастирование, которое выражается в том, что две кнопки зеленого цвета резко выделяются на общем фоне веб-страницы. Они являются своего рода ключевыми призывами к действию, на которых акцентируется внимание пользователя посредством придания им большого размера и яркой окраски. Как можно легко понять, дизайнер в данном случае преследует две цели: он желает, чтобы пользователь либо просмотрел его портфолио, либо связался с ним. Контрастирование также наблюдается в других областях данного сайта. Слова приветствия набраны с использованием крупного шрифта и доминируют в верхней части веб-страницы. Вся верхняя часть веб-страницы имеет белый фон с текстом черного цвета, внизу этой части имеется небольшой отступ. Данное контрастирование отделяет содержимое верхней половины веб-страницы, явно подчеркивая степень его важности, на которой делается дополнительный акцент путем использования более крупного шрифта. Содержимое в нижней части страницы расположено более компактно, это создает у пользователя впечатление того, что данная часть менее важна. Удивительно, насколько эффективным является контрастирование и насколько необходимым оно может оказаться.

Сайт Be the Middle Man (рис. 2.10.)

Данный сайт также является наглядным свидетельством того, что радикальное контрастирование позволяет делать акцент на определенных элементах и побуждает пользователя предпринять конкретное действие. Дизайнер побуждает воспользоваться имеющимся на сайте поисковиком, для чего сделал его доминирующим элементом на веб-странице. Таким образом, нам вполне ясно, какая цель здесь преследуется. Еще один интересный аспект ди-



зайна рассматриваемого сайта заключается в том, что компактность содержимого возрастает по мере продвижения вниз страницы. В данном случае нарастающее контрастирование реализовано довольно плавно и согласуется с поведением пользователя. Если пользователь решит дочитать данную страницу до конца, то высока вероятность того, что он будет все больше заинтересовываться по мере продвижения к низу веб-страницы (или, возможно, даже отчаиваться, убеждаясь в том, что он здесь не найдет того, что ищет). Поэтому дизайнер постепенно скручивает содержимое, пытаясь предложить пользователю то, что может показаться ему любопытным.

Другие примеры сайтов, построенных по принципу контрастирования, приведены на рис. 2.11—2.17.



Рис. 2.9. <http://twe4ked.com>



Рис. 2.11. <http://www.swgraphic.com/v2>



Рис. 2.10. <http://www.bethemiddleman.com>





Рис. 2.12. <http://www.onebyfourstudio.com>

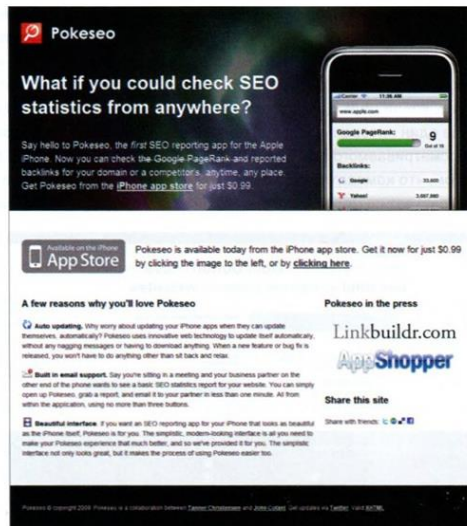


Рис. 2.13. <http://www.pokeseo.com>



Рис. 2.14. <http://www.mediacontour.com>



Рис. 2.15. <http://www.tunnel7.com>

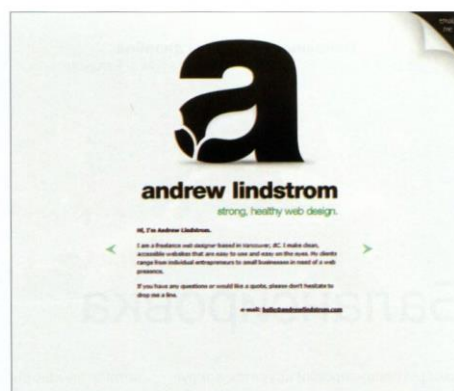


Рис. 2.16. <http://andrewlindstrom.com>



Рис. 2.17. <http://www.allisclear.com>

## ***Балансировка***

Принцип балансировки крутится вокруг идеи о том, как распределены элементы в дизайне и как они соотносятся с общим распределением визуальной нагрузки в рамках веб-страницы. От этого зависит то, насколько уравновешенным окажется дизайн в визуальном плане. Группирование элементов в дизайне создает визуальную нагрузку. Обычно эта нагрузка уравнивается путем использования равнозначной нагрузки, находящейся на противоположной чаше «весов», благодаря чему достигается баланс в дизайне. Если не сделать этого, то результатом будет ощущение неуравновешенности дизайна, хотя сие не означает, что дизайн обязательно будет плохим. Лично я не сомневаюсь, что отсутствие баланса в некоторых ситуациях может оказаться полезным. Однако хорошо сбалансированный дизайн создает тонкое ощущение уравновешенности и, как правило, оказывается более привлекательным.

Баланс бывает двух типов: симметричный и асимметричный. Далее мы рассмотрим примеры каждого из них.

### *Симметричный баланс*

Симметричный баланс в дизайне достигается, когда левая и правая половины дизайна относительно той или иной оси являются как бы зеркальными копиями друг друга и несут идентичную визуальную нагрузку. В сфере веб-дизайна это обычно наблюдается, когда левая и правая части разделены по вертикали и каждая из них несет одинаковую визуальную нагрузку.

#### Сайт MINT Wheels (рис. 2.18)

Симметричный баланс как нельзя лучше подходит для содержимого данного сайта. Симметрично сбалансированный сайт обеспечивает опыт общения (то есть эмоции, переживания, впечатления), который можно сравнить с тем, что получает человек от управления роскошным автомобилем. Обратите внимание на то, что логотип сайта смещен в центр верхней части веб-страницы. Это не только помогает упрочить симметричный баланс, но и приводит к тому, что логотип оказывается в наиболее примечательной визуальной области макета (верх и центр). Оформление данного сайта получилось красивым и аккуратным, при этом оно идеально сочетается с представленным на нем содержимым.

### *Асимметричный баланс*

Асимметричный баланс достигается, когда визуальная нагрузка в рамках веб-страницы равномерно распределяется по той или иной оси, однако отдельные элементы двух составляющих дизайна не являются зеркально одинаковыми. Под этой действительно сложной формулировкой понимается, что асимметричный баланс является результатом использования разнородных элементов для обеспечения общего баланса. Однако и такое объяснение

может показаться вам не очень понятным. Рассмотрим примеры, чтобы вы могли во всем разобраться.

Сайт Баптистского университета в Далласе (рис. 2.19)

Асимметричный баланс весьма распространен в сфере веб-дизайна, поскольку он зачастую оказывается наиболее подходящим для содержимого, представляемого на сайтах. На показанной веб-странице мы наблюдаем асимметричный баланс, начиная с ее заголовка. Логотип выступает в роли уравнивающего противовеса для основных навигационных элементов (которые размещены там, где обычно располагается логотип). Логотип довольно примечательный и имеет темный цвет, при этом небольшой размер позволяет ему хорошо сочетаться с навигационными элементами. Под баннерной секцией находится текстовое поле с приветствием, имеющее намного больший размер, чем компактная секция Quick facts (Краткие факты). Размер текстового поля слева неплохо сочетается с менее крупным полем, которое с ним соседствует.

Сайт Campaign Monitor (рис 2.20).

В некоторых ситуациях наиболее разумным оказывается смешивание описанных выше подходов для достижения необходимой балансировки. Именно так и поступил дизайнер представленной целевой веб-страницы на сайте Campaign Monitor. В ее верхней части мы видим асимметричный баланс, который выражается в том, что секция с текстом уравнивает изображение, располагающееся справа. Однако чуть ниже присутствует область, где шесть элементов и логотипы, которые находятся под ними, а также нижний колонтитул идеально сбалансирован слева направо симметричным образом.

Балансировка является одним из тонких аспектов дизайна, к которому многие из нас будут прибегать инстинктивно. Если ваш дизайн выглядит перекошенным, задумайтесь над тем, как его можно сбалансировать, минимизировав контрастирование между элементами (рис. 2.21-2.26). Под этим могут подразумеваться два доминирующих элемента, которые хорошо сочетаются друг с другом, либо набор менее бросающихся в глаза элементов, с одинаковыми характеристиками, которые позволят вам сбалансировать дизайн. Не выглядит ли ваш дизайн будто бы перевернутым с ног на голову? Не кажется ли он неуравновешенным? Именно такие вопросы вы должны задавать себе, чтобы понять, имеются ли у вас недочеты в балансе.

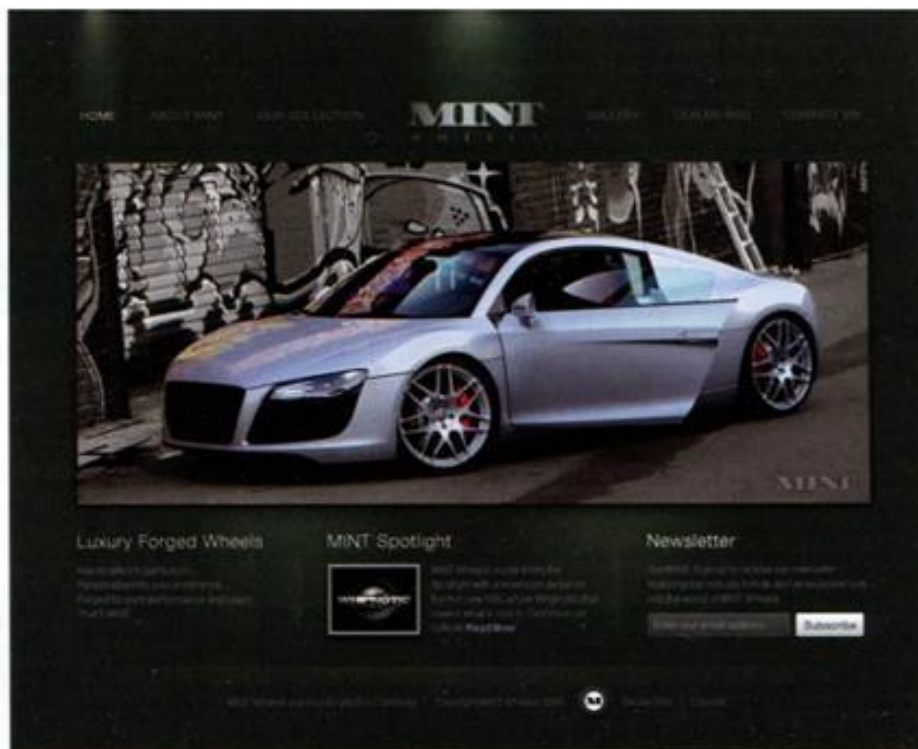


Рис. 2.18. <http://www.mintwheels.com>



Рис. 2.19. <http://whydbu.dbu.edu>





Рис. 2.20. <http://campaignmonitor.com/designers>



Рис. 2.21. <http://viminteractive.com>



Рис. 2.22. <http://www.nationalbreastcancer.org>

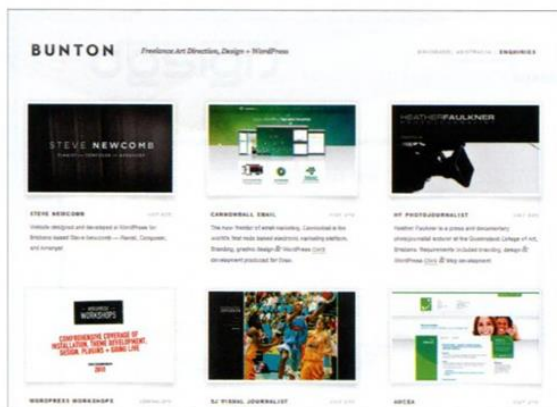


Рис. 2.23. <http://bunton.com.au>

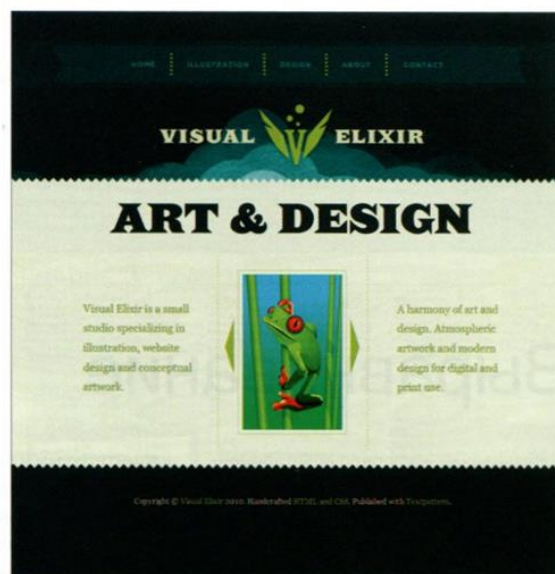


Рис. 2.25. <http://www.visualelixir.com>

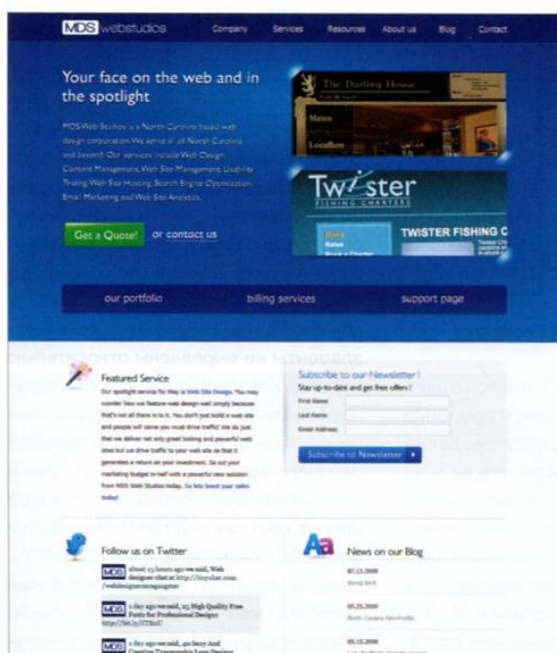


Рис. 2.24. <http://www.mdswebstudios.com>



Рис. 2.26. <http://www.typejockeys.com>

## Выравнивание

Выравнивание — упорядочение элементов таким образом, чтобы они максимально близко подступали к естественным линиям (или границам), которые они образуют. Сделав это, вы унифицируете элементы. Данный процесс часто называют работой с сеткой. Невыровненные элементы имеют тенденцию отбиваться от общей группы и требовать унификации, к которой мы так часто стремимся. К примерам выровненных элементов можно отнести расположенные на одной линии заголовки двух столбцов либо левые края находящихся друг над другом элементов, выровненные относительно друг друга. Эти примеры довольно очевидны, однако на веб-страницах возможны и намного более замысловатые выравнивания, которые позволяют добиться унифицированного и привлекательного дизайна.



Если вам доведется столкнуться с задачей, которая заключается в том, чтобы взять существующие на бумаге образцы дизайна и реализовать их в коде, то для вас особенно важным будет знать о необходимости соблюдения данного принципа. При выполнении этой задачи часто оказывается утомительным и сложным воспроизвести в дизайне выравнивание, которое задумывалось изначально. Однако проблема заключается не только в самой процедуре, но также и в том, что эти детали вообще можно легко упустить из виду. Поэтому знание того, что необходимо соблюдать принцип выравнивания, является немаловажным для разработчика при реализации дизайна в коде.

Сайт Design Without Frontiers (рис. 2.27).

Рассматриваемый сайт является отличным примером соблюдения принципа выравнивания в процессе создания дизайна. Продуманное и последовательное выравнивание позволяет сделать дизайн аккуратным и сбалансированным. Так, ширина логотипа соответствует ширине содержимого и заголовков, относительно которых он выровнен. В силу природы данного дизайна нам достаточно лишь взглянуть на пограничные линии, чтобы понять задумку дизайнера. Тщательный подход к выравниванию даст вам возможность идеально сбалансировать свой дизайн.

Сайт Indextwo (рис. 2.28)

При выравнивании не следует впадать в крайности, однако порой допускается нарушение правил, которые оно предполагает. На представленном образце сайта мы наблюдаем трехстолбцовый макет. Каждый уровень в дизайне здесь играет свою роль. Часто бывает так, что согласованность уровней утрачивается из-за того, что не было обеспечено выравнивание. Располагающиеся в заголовке страницы основные навигационные элементы не выровнены относительно столбца, который приведён ниже, однако разделитель между навигационными элементами Home (Домой) и All Work (Все работы) оказался выровненным по левой границе данного столбца. Это отличный пример того, как ради достижения цели можно нарушить правила (рис. 2.29 – 2.35.). Если бы дизайнер решил отвести этим элементам меньше пространства, они бы оказались более скученными и уменьшенными, что намного затруднило бы их использование.

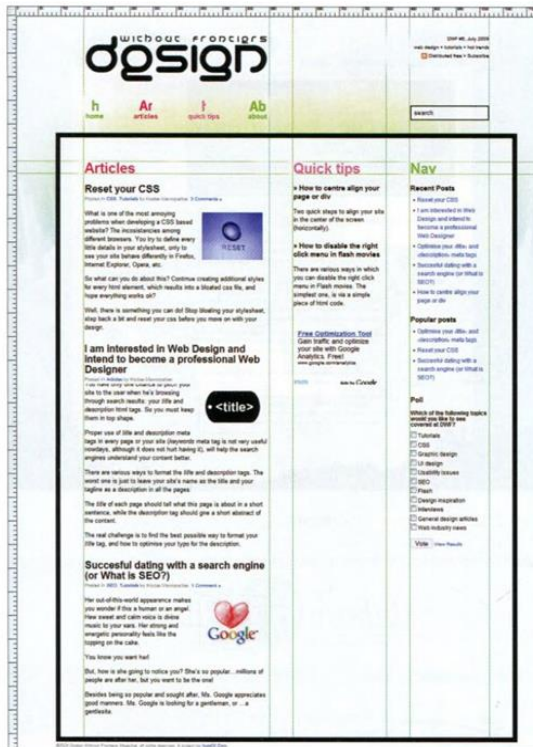


Рис. 2.27. <http://www.designwithoutfrontiers.com>



Рис. 2.28. <http://www.indextwo.com>



Рис. 2.29. <http://www.rawcoach.be>



Рис. 2.30. <http://leihu.com>

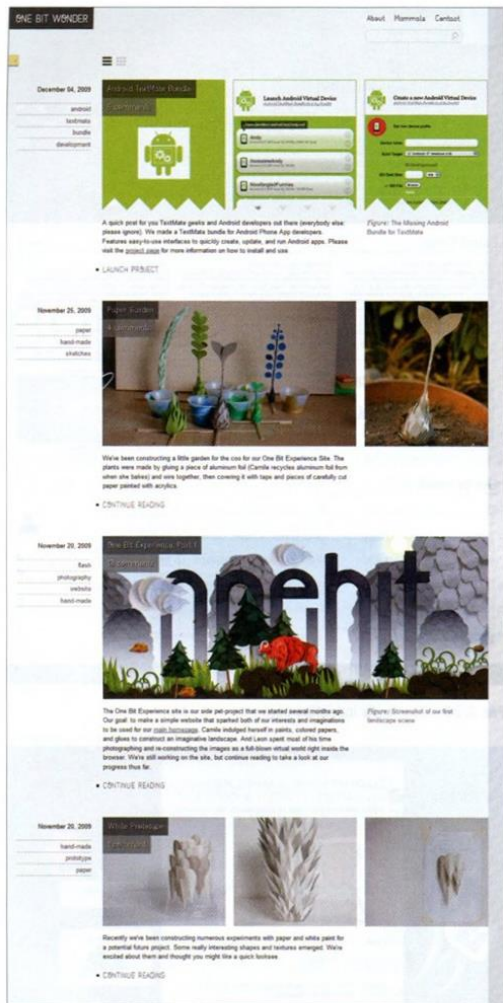


Рис. 2.31. <http://www.onebitwonder.com>



Рис. 2.32. <http://macallanridge.com>



Рис. 2.33. <http://theurbanmama.com>

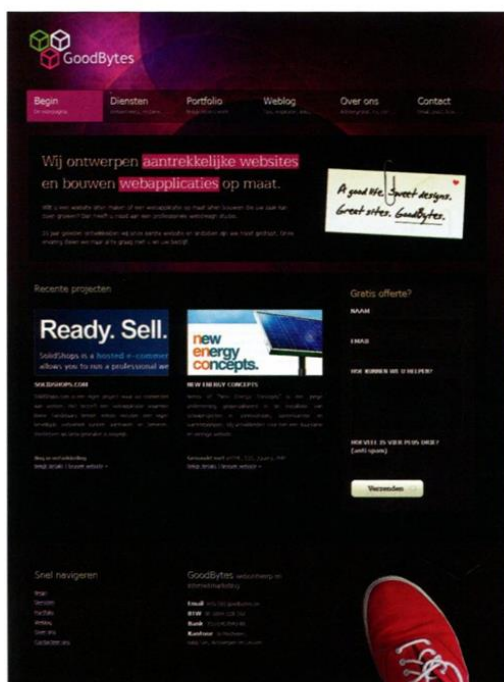


Рис. 2.34. <http://www.goodbytes.be>

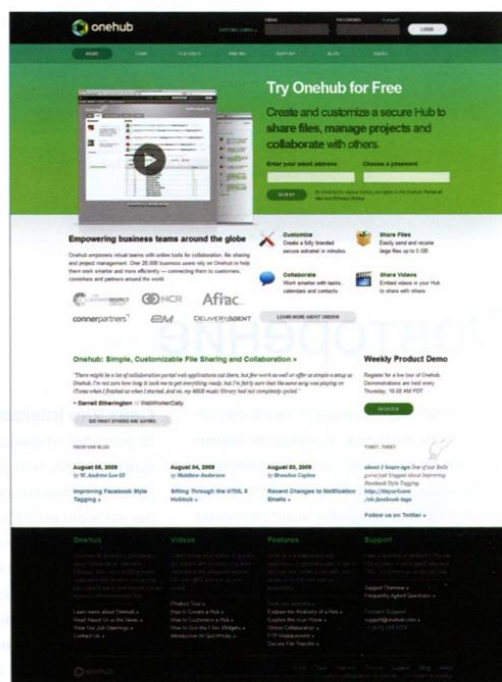


Рис. 2.35. <http://onehub.com>



## ***Повторение***

Повторение предполагает неоднократное использование в дизайне одних и тех же элементов разными способами. Дизайн, который содержит повторения, становится унифицированным. Повторение может выражаться во множестве форм, включая использование того же цвета, очертаний, линий, шрифтов, изображений и общего под хода к стилизации. Зачастую соблюдение данного принципа оказывается неизбежным, поскольку если дизайн не включает повторяющихся элементов, то это обычно свидетельствует о том, что он лишен унифицированности и связности.

Повторение несет в себе такое огромное преимущество, как предсказуемость. Пользователь ожидает увидеть уже знакомые ему вещи, если в ключевых элементах дизайна прослеживаются согласованность и постоянство. Слишком часто бывает так, что тот или иной сайт теряет свою визуальную связность из-за того, что на каждой его веб-странице дизайнер использует совершенно разные подходы к оформлению вместо того, чтобы выработать какую-то одну методику и брать ее за основу (рис. 2.36).



Рис. 2.36. <http://www.rawsterne.co.uk>

## Сайт Vim Interactive (рис. 2.37)

В данном примере настолько много повторений, что для того, чтобы прокомментировать их все, потребовалось бы несколько страниц текста. Однако я отмечу лишь некоторые моменты, где дизайнер искусно прибегнул к повторению. Прежде всего это касается интервалов: взгляните на величину отступов в любом из контейнеров и на то, как они совпадают с величиной интервалов в других местах веб-страницы. Эта общая согласованность придает

данной веб-странице аккуратней внешний вид. Сложность восприятия компактного содержимого уменьшается благодаря этому простому малоприметному моменту. Еще один любопытный аспект дизайна, который активно повторяется, заключается в шаблоне, предполагающем, что с более крупным текстом всегда соседствует менее бросающийся в глаза. Так, возле логотипа располагается текст слогана; рядом с телефонным номером виден текст, который побуждает пользователя позвонить по этому номеру; крупный текст рядом с изображением карты сопровождается пояснением, оформленным с использованием более мелкого шрифта; каждый блок с меткой Learn More (Узнайте больше) снабжен заголовком, который представлен в виде вступительных слов, относящихся к конкретному разделу. Все это способствует идее предсказуемости (рис. 2.38—2.43). В случае с представленным дизайном пользователь будет знать, чего ожидать, то есть благодаря повторению он сможет чувствовать себя более уверенно при работе с сайтом.



Рис. 2.37. <http://viminteractive.com>



Рис. 2.38. <http://mocapoke.com>



Рис. 2.39. <http://www.spoongraphics.co.uk>



Рис. 2.40. <http://www.ukpads.com>



Рис. 2.41. <http://www.garretthoffmann.com>



Рис. 2.42. <http://www.nathanhackley.com>

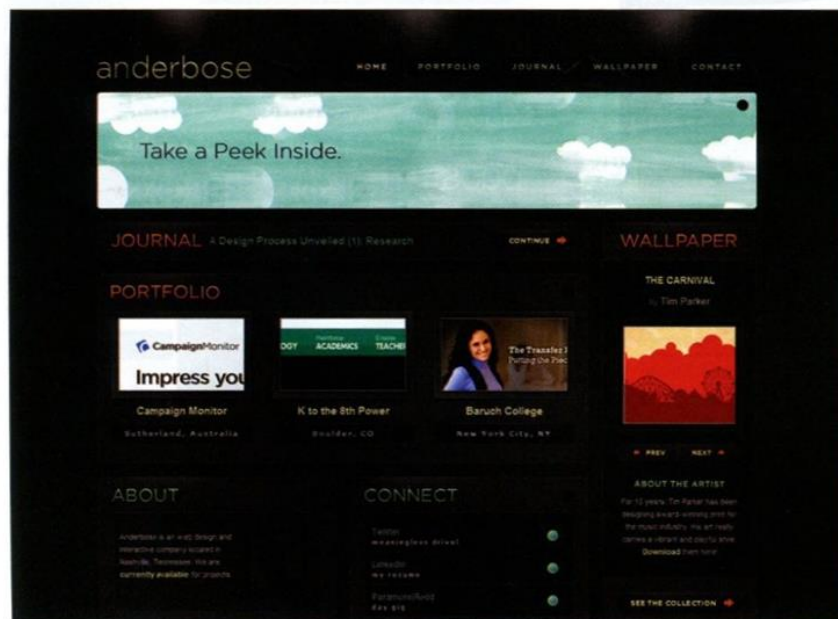


Рис. 2.43. <http://anderbose.com>

## Обеспечение удобства восприятия

Восприятие — это своего рода тропинка, которой пользователь придерживается при визуальном ознакомлении с элементами дизайна. Оно главным образом зависит от того, на чем дизайнер сделал акцент и в какой мере он обеспечил контрастирование элементов между собой. Фактически удобство восприятия всецело будет зависеть от того, как дизайнер скомпоновал все элементы страницы.

Когда вы будете обдумывать, как обеспечить удобство восприятия, не забывайте о естественном порядке вещей. Согласно исследованиям, люди склонны рассматривать те или иные вещи в предсказуемой манере. Обычно человек скользит взглядом слева направо и



сверху вниз. Именно поэтому сайты, которые навязывают пользователям изучение содержимого справа налево, отталкивают тех, кто привык делать это слева направо. В том, чтобы идти против естественного порядка вещей, нет ничего неправильного; нужно лишь принимать во внимание возможные последствия подобного решения.

Каждый сайт обеспечивает для пользователя определенное восприятие, которое может быть как удобным, так и неудобным. Но как понять, что сайт не будет обеспечивать удобство восприятия своего содержимого? Когда я выбирал примеры сайтов, мне пришлось задуматься, что именно характеризует тот или иной сайт как удобный для восприятия. При поиске я отдавал предпочтение веб-сайтам, которые обеспечивают плавный, комфортный и максимально естественный процесс восприятия. Сайт мог иметь сложную структуру, но должен был обеспечивать естественный удобный подход к восприятию своего содержимого, чтобы не приходилось прыгать взглядом по веб-странице. Я считаю, что плавное восприятие лучше, чем резкие переходы. Человек может быстро переключать внимание с чего-то одного на другое. Однако сайт, который, как я считаю, обеспечивает удобное восприятие, должен способствовать тому, чтобы у человека возникало желание еще раз пройти взглядом по тому, что он уже просмотрел, то есть поддерживать у него интерес.

Сайт Wilson Doors (рис. 2.44)

Данный сайт является хорошим примером веб-ресурса, обеспечивающего комфортное восприятие. Неважно, что содержимое домашней страницы не очень обширно и здесь имеется лишь небольшое количество элементов. Сначала в центре внимания пользователя оказывается большое и интересное изображение, на котором приведено блиц-резюме, дающее понять, чем торгует организация, которой принадлежит этот сайт. Затем взгляд пользователя скользит влево вниз и вдоль нижней части веб-страницы, возвращаясь снова к главному изображению. Этот своеобразный цикл не только позволяет легко окинуть все взглядом и разобраться в имеющихся элементах, но также сделать свой выбор и двинуться дальше. Данный цикл охватывает все ключевые элементы сайта и гарантирует, что в поле зрения пользователя попадет элемент, который он, возможно, ищет. Также следует отметить, что основные навигационные элементы не слишком бросаются в глаза. В противном случае возникла бы своего рода конкуренция за внимание пользователя, что отвлекло бы его от ознакомления с важной информацией, приведенной внизу веб-страницы.

Подобный циклический шаблон наблюдается во многих примерах, приведенных в этой главе (рис. 2.45-2.51). Как я уже отмечал, удобство восприятия зависит от стратегии, которую дизайнер избрал при комбинировании разных элементов. Вместе с тем обеспечение удобства восприятия относится к тем аспектам, которые легко упустить из виду. Опять-таки, если ваш дизайн кажется вам не совсем удачным, вспомните о данном принципе —

это может помочь понять, в чем заключается недостаток созданного дизайна.

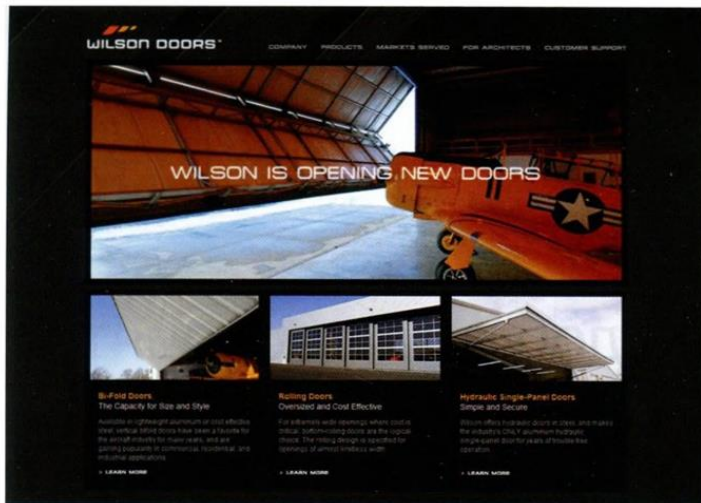


Рис. 2.44. <http://www.wilsondoors.com>



Рис. 2.45. <http://www.recaper.com>



Рис. 2.46. <http://www.fontex.org>



Рис. 2.47. <http://www.gcntv.org>



Рис. 2.48. <http://www.sofiaregalo.com>



Рис. 2.50. <http://hungryhowies.com>



Рис. 2.49. <http://garyplayer.com>

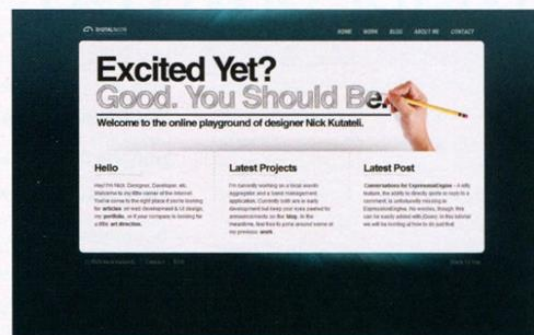


Рис. 2.51. <http://www.digitalnoon.com>

»

### 3. Организация пространства при прототипировании интерфейсов

После того как проектировщики разработали пользовательские сценарии, определили структуру приложения, номенклатуру и расположение элементов пользовательского интерфейса, дизайнерам интерфейса нужно организовать композицию в структуру на основе модульной сетки, которая обеспечит оптимальное позиционирование элементов.

Использование сетки в визуальном дизайне интерфейсов предоставляет дизайнерам ряд преимуществ.

«Удобство применения. Поскольку сетка делает расположение элементов единообразным, пользователи быстро приобретают навыки поиска нужных элементов в интерфейсе. Последовательность в расположении элементов и выборе расстояний между ними облегчает работу механизмов визуальной обработки в мозгу человека. Качественно спроектированная сетка упрощает восприятие экрана.

Эстетическая привлекательность. Аккуратно применяя сетку и выбирая подходящие соотношения между различными областями экрана, дизайнер может создать ощущение порядка, который удобен пользователям и стимулирует их работу с продуктом.

Эффективность. Создание сетки и включение ее в процесс на ранних этапах детализации проектных решений сокращает число итераций и действий по «доводке» интерфейса. Качественная и явно обозначенная сетка закладывает основу для легко модифицируемого и расширяемого дизайна, позволяя разработчикам находить хорошие композиционные решения.

При работе с построением макета дизайна необходимо использовать различные изображения, блоки текста, рекламы и других элементов так, чтобы они подходили друг другу и смотрелись как единое целое. Правильным решением будет использование одной структуры сетки для всего шаблона сайта.

В самом простом понимании это решетка из ячеек, где одна из них взята за основную единицу измерения (модуль), а остальные равны или кратны ей. В модульной сетке нет места случайности, все должно быть математически точно.

Сетки бывают простые и сложные, гибкие в использовании и не очень. Как правило, сетка делит экран на несколько крупных горизонтальных и вертикальных областей. Качественно спроектированная сетка задействует понятие шага, то есть минимального расстояния между элементами. К примеру, если шаг сетки составляет четыре пиксела, все расстояния между элементами и группами должны быть кратны четырем.

В идеальном случае сетка должна задавать и пропорции различных областей экрана. Такие отношения обычно выражаются дробями. Среди распространенных дробей прославленное «золотое сечение» (равное примерно 1,62), которое часто встречается в природе и считается особенно приятным для человеческого глаза; величина, обратная квадратному корню из двух (примерно 1 : 1,41), которая является основой международного стандарта размера бумаги (например, листа А4).

### ***Виды сеток***

Самый простой вид сетки — кнопочная сетка. В западной литературе ее также называют «manuscript grid». Представляет собой грубо размеченную область — блок.

Кнопочная сетка — состоит только из вертикального членения на колонки. Объекты располагаются, опираясь на эту сетку. Какой-то блок может занять у вас две колонки, какой-то четыре. Поскольку используется единый модуль, и вы сохраняете отступы одинаковыми, дизайн всегда выглядит целостно и логично.

Модульная сетка характеризуется наличием как вертикального членения, так и горизонтального. То, что образуется на пересечениях, есть модуль.

Иерархическая сетка — состоит из блоков, размещенных интуитивно и не поддающихся закономерностям (рис. 7.13).

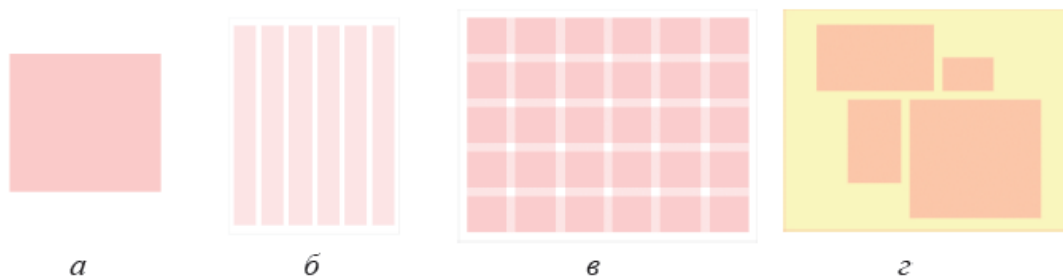


Рис. 7.13. Блочная (а), колоночная (б), модульная (в) и иерархическая (г) сетки

Сетки могут быть как простыми — с одинаковыми по размерам модулями, так и сложными, с нелинейными пропорциями у размеров модулей.

К сложным пропорциям относятся следующие.

1. «Золотое сечение» также известное как «Божественная пропорция», «золотая спираль» и т. п. Это соотношение есть во всех аспектах жизни, от строения костей человека до спирального расположения семян подсолнуха и завитков раковин моллюсков, оно лежит в основе всех биологических структур и кажется геометрической схемой самой жизни.

«Золотое сечение» — это деление отрезка на части в таком соотношении, при котором большая часть относится к меньшей, как сумма к большей, т. е.  $|AB| / |BC| = |AC| / |AB|$ , и оно равно 0,618.

Новый дизайн Твиттера (рис. 7.14) был запущен в конце 2011 г., при этом применялось правило «золотого сечения» для построения макета сайта.



Рис. 7.14. «Золотое сечение»

2. Ряд Фибоначчи (каждое последующее число оказывалось равным сумме двух предыдущих: 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 и т. д.).

3. «Предпочтительные числа» (ряд чисел геометрической прогрессии, где каждое



последующее число образуется умножением предыдущего числа на какую-нибудь постоянную величину). Разумеется, это не все популярные пропорции.

Шрифтовая сетка обеспечивает вертикальный ритм. Необходимо выбирать высоту строки, единую для всего макета. Все элементы рубрикации с кеглем, отличным от кегля основного текста, должны иметь междустрочный пробел, кратный выбранной высоте строки. Высота каждого такого элемента (в сумме со всеми вертикальными полями) должна содержать целое количество строк шрифтовой сетки.

Таким образом, мы получаем прообраз будущей сетки — «зебру». На этой сетке будет лежать весь текст: абзацы, списки, заголовки, иллюстрации, плашки и прочее.

Чаще всего используются такие параметры для шрифтовой сетки: кегль — 12 пикселей, высота строки — 18 пикселей» [2].

#### **4. Белое пространство в интерфейсе <sup>3</sup>**

Белое пространство — фундаментальный инструмент проектирования пользовательского опыта. Значимость свободного пространства может вас поразить, так как его часто недооценивают. Так же, как тишину между музыкальных нот. Тем не менее, он настолько мощный, что от него может зависеть, останется пользователь на вашей странице или нет.

Структуру веб-страницы задают много разных визуальных объектов. Заголовки, тексты, иконки, изображения и так далее. Белое пространство (негативное пространство, «воздух») — это фон, который объединяет в дизайне все элементы вместе, позволяя им выделиться.

Давайте посмотрим, почему белое пространство так важно.

##### ***Что такое верстка с белым пространством***

Белое пространство (или контрформа) — это область между элементами дизайна. Это

---

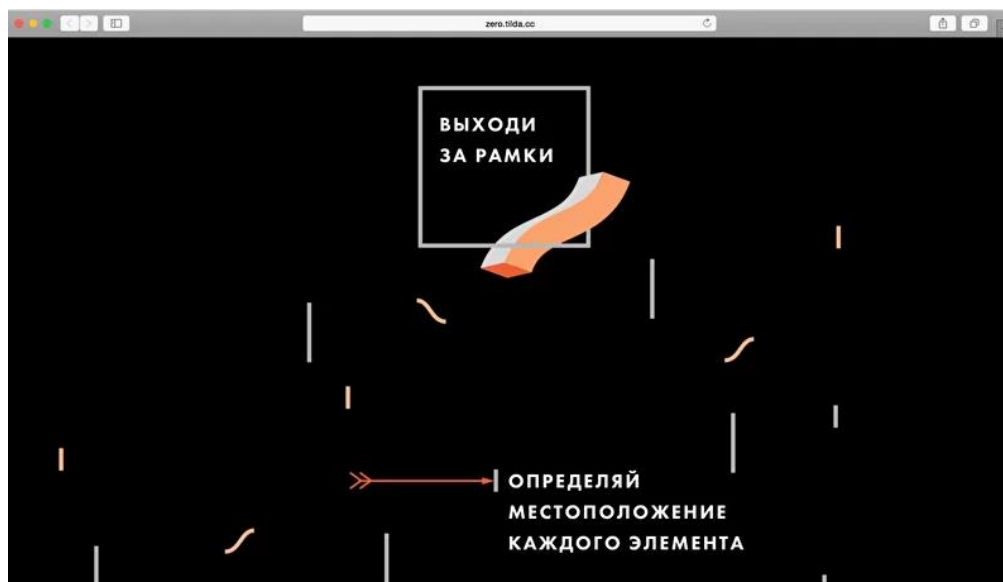
2. Брусенцова, Т. П. Проектирование интерфейсов пользователя: пособие для студентов специальности 1-47 01 02 «Дизайн электронных и веб-изданий» / Т. П. Брусенцова, Т. В. Кишкурно. — Минск БГТУ, 2019. — С. 128-131.

3. Сила белого пространства. Как незаполненное пространство влияет на дизайн сайта. [Электронный ресурс] / Перевод статьи Mads Soegaard The power of white space. — Режим доступа: <https://tilda.education/articles-white-space>. — Дата доступа: 19.09.2022.



также пространство внутри самих элементов, включая промежутки между типографическими знаками.

Вопреки своему названию, белое пространство не обязательно белое. Это может быть какой угодно цвет, текстура, паттерн и даже фоновое изображение. Главное, чтобы на этом фоне хорошо считывался контент.



zero.tilda.cc

Незаполненное пространство часто вызывает много вопросов. Теория дизайна настаивает на том, что белое пространство — это изящно, к тому же повышает качество пользовательского опыта.

К сожалению, многие заказчики и менеджеры воспринимают белое пространство как упущенную выгоду. Столько пустого места! Можно же заполнить его «продающим» текстом, ну или хотя бы картинку поставить для привлечения внимания.

Напротив, белое пространство — прекрасный инструмент для сбалансирования визуальных элементов и организации контента для улучшения визуальной коммуникации.

Людям надоедает переизбыток информации. Пустое пространство успокаивает нас и дает нам «дышать».

Дизайнер должен учитывать другие детали интерфейса, используя незаполненную область, и экспериментировать, чтобы найти необходимый баланс между ней и остальными элементами.

### ***Виды белого (пустого) пространства: микро и макро***

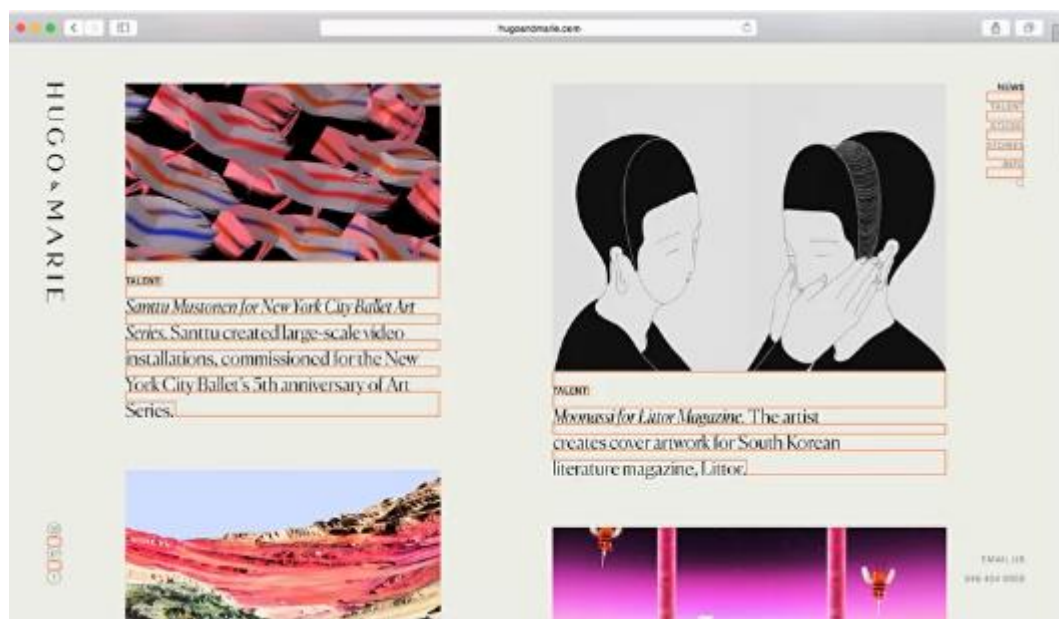
В зависимости от плотности элементов и пропорций контрформу можно разделить на микро- и макро-пространство.

## Микро-белое пространство

Микро-белым пространством называется небольшое пространство между элементами дизайна. Вы можете его увидеть, например, между строками и абзацами. Оно также включает в себя промежутки между сеткой изображений и разделяет пункты меню.



Микро-белое пространство



[www.hugoandmarie.com](http://www.hugoandmarie.com)

## Book design

Book design is the art of incorporating the content, style, format, design, and sequence of the various components of a book into a coherent whole. In the words of Jan Tschichold, "methods and rules upon which it is impossible to improve, have been developed over centuries. To produce perfect books, these rules have to be brought back to life and applied."

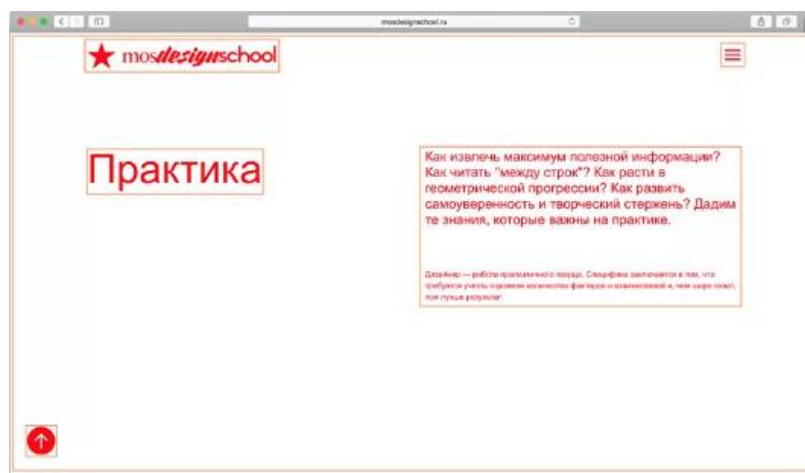
Front matter, or preliminaries, is the first section of a book, and is usually the smallest section in terms of the number of pages. Each page is counted, but no folio or page number is expressed, or printed, on either display pages or blank pages.

Микро-белое пространство в дизайне влияет на удобочитаемость текста и восприятие изображений. Пространство, окружающее абзацы, влияет на скорость чтения и понимание. Если текст выходит за пределы основного абзаца, он читается медленнее.

## Макро-белое пространство

Макро-контрформа — большое пространство между основными элементами и пространство, окружающее все элементы. Его можно увидеть справа и слева контента большинства веб-сайтов, а также между смысловыми блоками контента.

 Макро-белое пространство



mosdesignschool.ru

Макро-пространство служит «контейнером» для всего дизайна.

Пожалуй, лучший пример сайта, который интенсивно (и эффективно) использует макро-белое пространство — google.com. Страница замечательно проста, но заметили ли вы что-то еще? Эта простота еще и успокаивает. Там нет беспорядка, там меньше работы для глаз и разума. Вы спокойно можете сконцентрироваться на том, зачем вы сюда пришли: погуглить!



Есть отличная история, почему Google остановился на таком решении домашней страницы. Google.com был первым из сайтов, начавших использовать обширное негативное

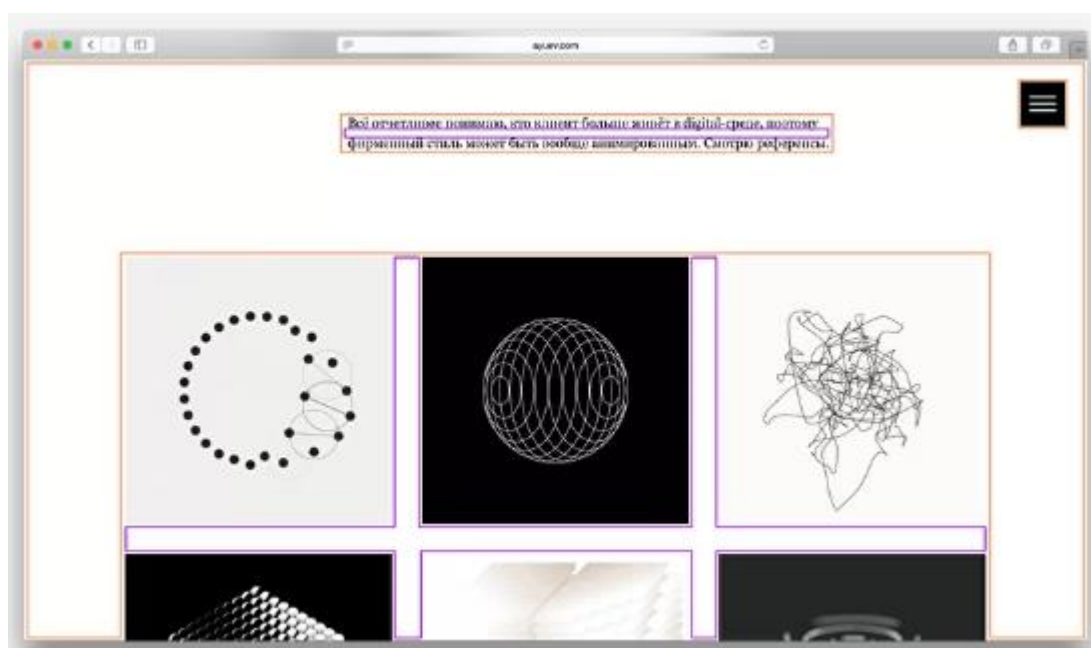
пространство (контрформу). Когда они начинали, скорость Интернета была гораздо медленнее, чем сейчас.

Участники пользовательского тестирования ждали загрузки страницы, несмотря на то, что все уже появилось на экране. Они просто не привыкли видеть столько пустого пространства на сайте! После этих тестов дизайнеры Google решили добавить копирайт в нижней части страницы, чтобы люди знали, что страница полностью загрузилась.

Удачные сочетания макро- и микро-белого пространства

☐ Макро-белое пространство

☐ Микро-белое пространство



ayuev.com

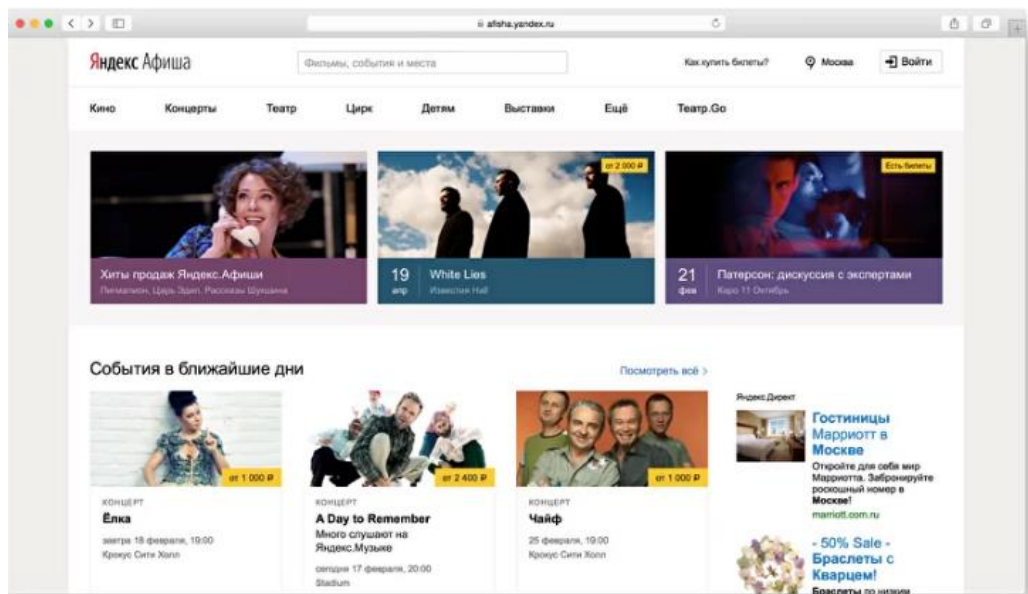
### ***Как определить какое белое пространство нужно использовать?***

Использование микро- и макро- пространства зависит от нескольких факторов:

#### **1. Контент**

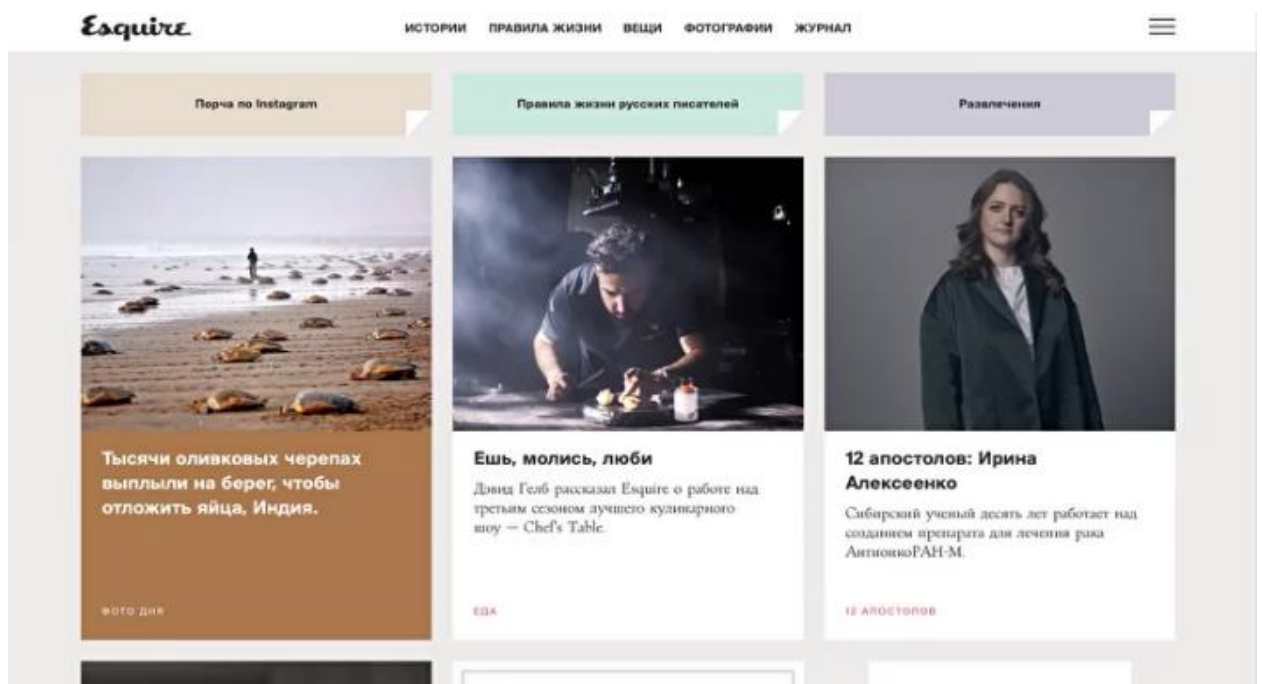
Чем больше в макете информации, тем меньше макро-белого пространства. Но микро-белого, соответственно, становится больше. Этот компромисс имеет огромное значение, иначе страницы будут просто «кусками» информации, которые будет крайне трудно прочитать.

К примеру, новостные сайты полагаются на микро-незаполненное пространство для обеспечения пользователям удобочитаемости контента. Комфортное восприятие информации читателем имеет критическое значение.



afisha.yandex.ru

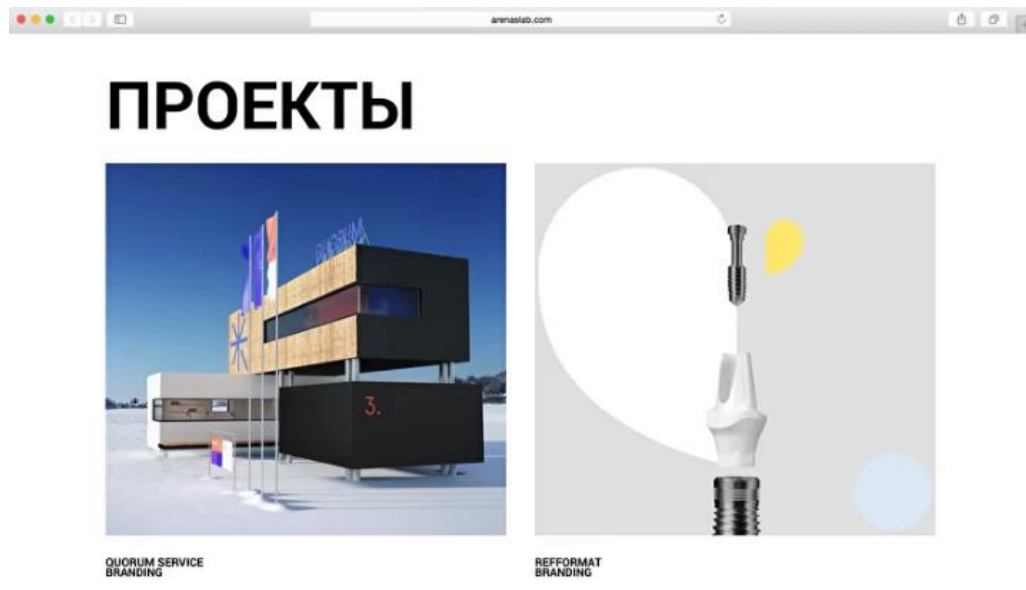
Использование негативного пространства в онлайн-журналах:



esquire.ru

## 2. Общая стилистика проекта

Дизайн пользовательского интерфейса значительно влияет на соотношение между микро- и макро- контрформой в макете. Выбор стилистического решения является решающим фактором при выборе того или иного преобладающего пространства.



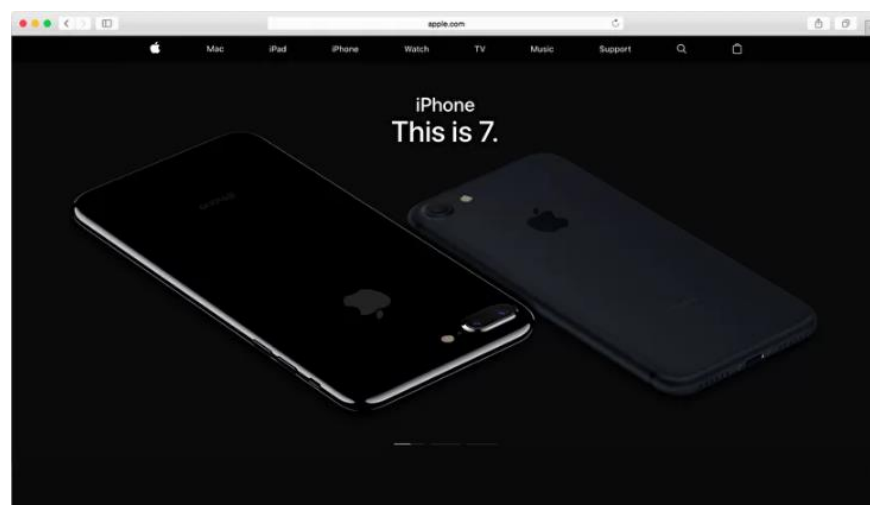
[www.arenaslab.com](http://www.arenaslab.com)

### 3. Пользователь

Для определения правильного баланса макро- и микро- белых пространств для конкретной аудитории проводится тестирование пользовательского опыта. Нет теории, которую можно применить ко всем пользователям. Как всегда в User Experience мы должны основываться на данных, полученных в результате исследования целевой аудитории.

### 4. Позиционирование бренда

Использование контрформы может говорить о бюджете компании и, соответственно, о качестве продукта. Подумайте о брендинге таких компаний, как Apple, Mercedes Benz и IKEA. Как они подтверждают эту теорию?



[www.apple.com](http://www.apple.com)

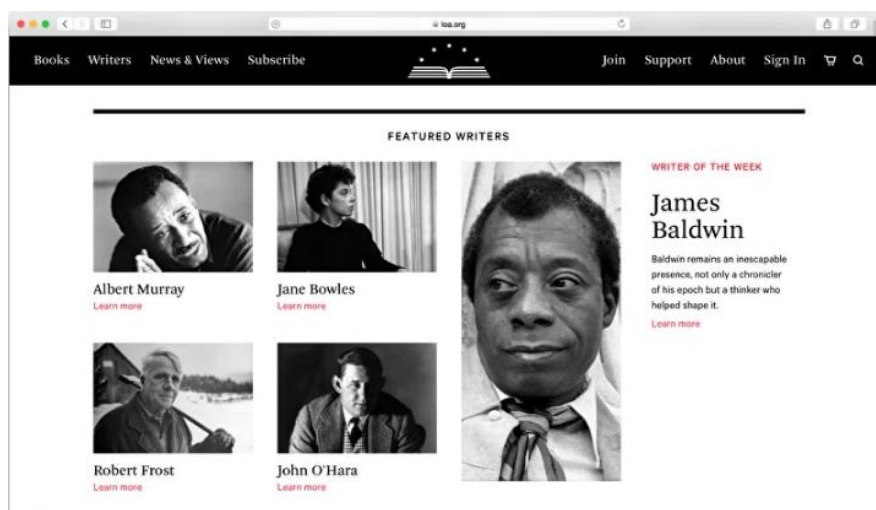


## *Активное и пассивное использование белого пространства*

Другой подход: делить контрформу на активную и пассивную.

### *Активное белое пространство*

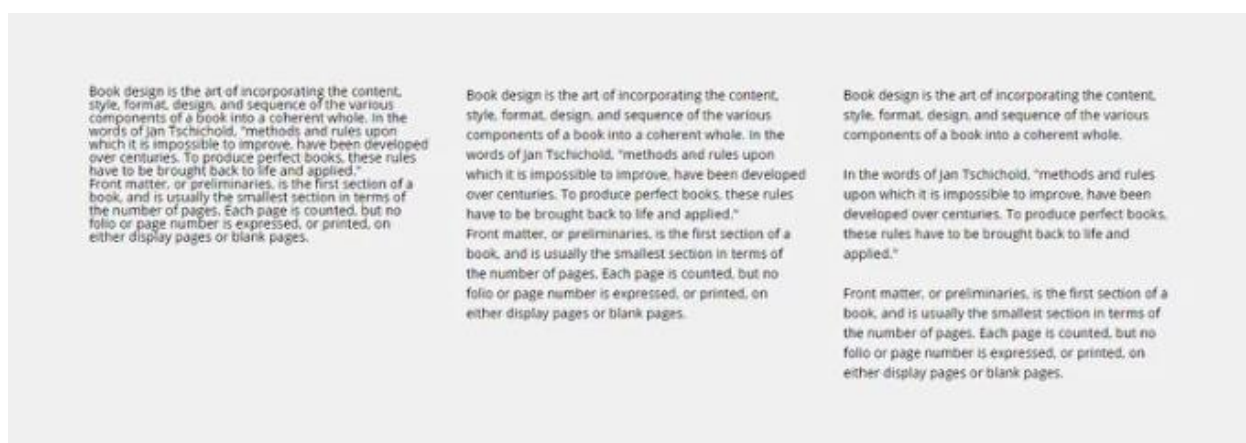
Используется для упорядочения структуры страницы и для того, чтобы помочь пользователю на ней ориентироваться.



www.loa.org

### *Пассивное белое пространство*

Используется для улучшения эстетического восприятия страницы через конкретное чтение и расположение контента. Например, негативное пространство между строками и абзацами функционирует таким образом:



Изображение сверху показывает разницу между текстом без использования белого пространства, текстом с пассивным его использованием и текстом с активным использованием негативного пространства.

1. В первом тексте белое пространство практически отсутствует между строками и абзацами. Видно, что отсутствие «воздуха» делает текст дробленным и сжатым. Его очень тяжело читать.

2. Во втором тексте есть небольшое пассивное (и микро-) пространство. Вы заметили, насколько легче этот текст читается по сравнению с первым?

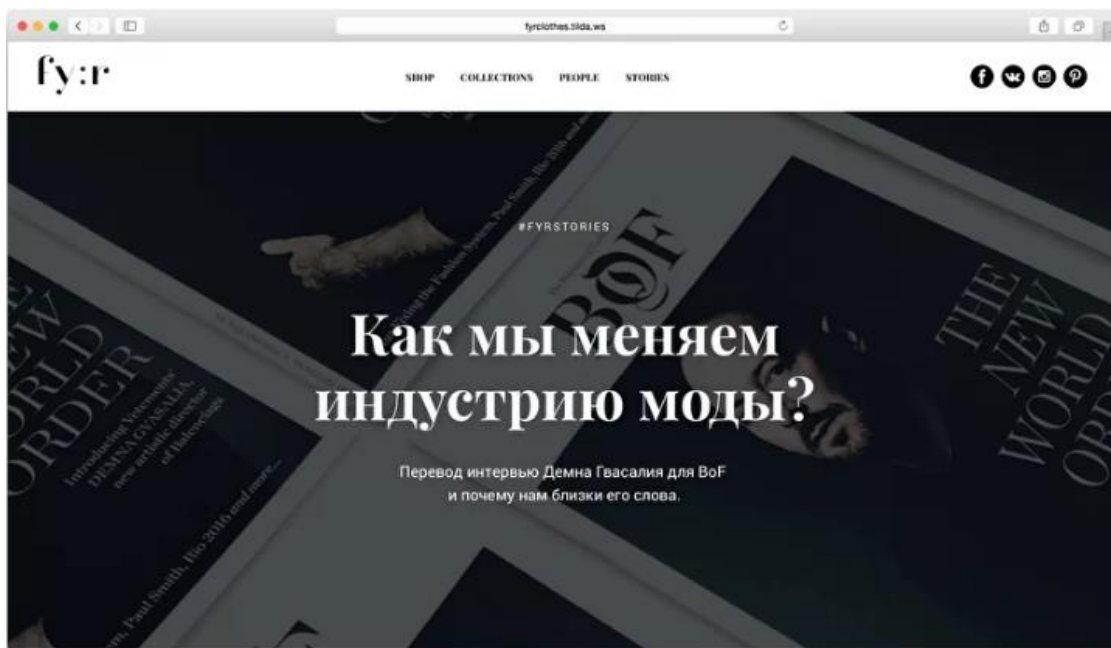
3. В последний пример добавлено активное белое пространство, что позволяет лучше ориентироваться в тексте. Та «стена текста» из первого примера становится текстом, к формату которого мы привыкли. Белое пространство повышает общую удобочитаемость и усваиваемость текста, но оно также необходимо для сохранения здоровья глаз и душевной уравновешенности!

### ***Три ключевых параметра дизайна, на которые влияет белое пространство***

#### **1. Разборчивость и удобочитаемость**

Как мы видим, микро-белое пространство — это ключ к понятному и разборчивому контенту. Вы должны учитывать контрформу при выборе характеристик типографики, таких, как шрифт, размер, цвет, стиль, интерлиньяж (расстояние между базовыми линиями соседних строк), кернинг (интервал между двумя буквами в зависимости от их формы) и трекинг (равномерное увеличение или уменьшение промежутков между буквами на каком-либо участке текста).

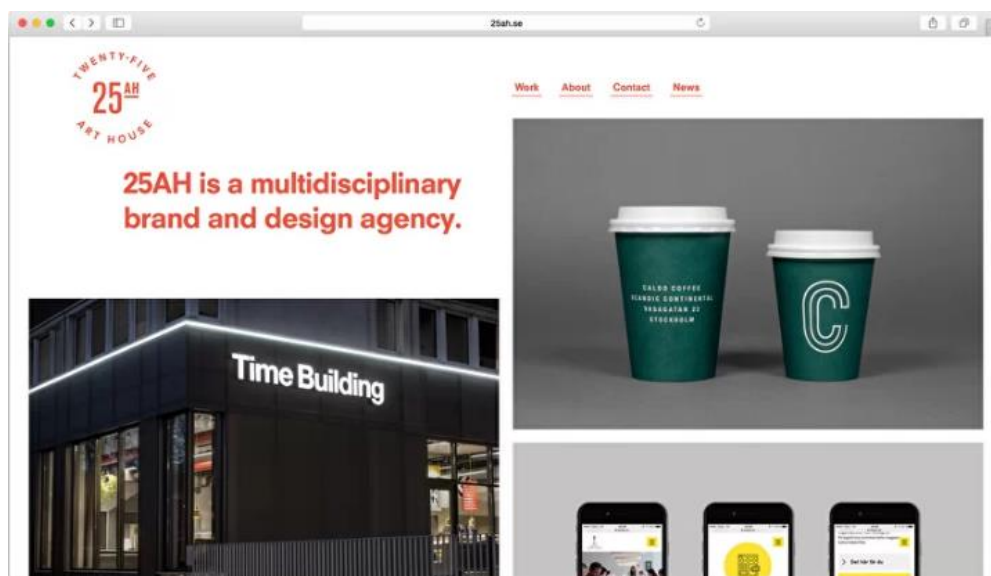
Помните последний пример с текстами? Использование пустого пространства в дизайне влияет на удобочитаемость и общее впечатление пользователя. Счастливые читатели скорее всего останутся на вашей странице.



## 2. Тональность дизайна и брендинг

Негативное пространство задает тон всему дизайну. Веб-сайты с большим количеством макро-белого пространства отражают минимализм и утонченность. Сайты с меньшим количеством макро-белого пространства чаще всего бывают информативными, как в случае новостных сайтов.

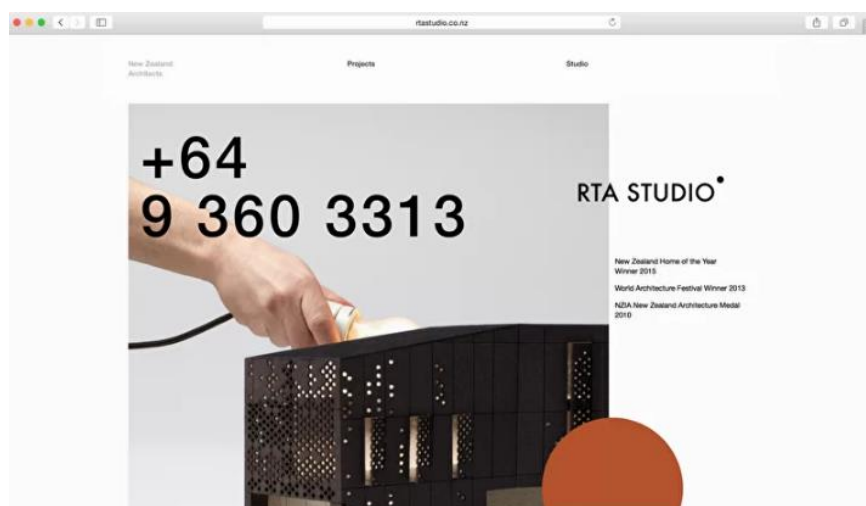
Эти признаки не «высечены на камне». Всегда лучше протестировать использованную контрформу на ваших пользователях. Только они смогут сказать, как они воспринимают ваш дизайн.



www.25ah.se

### 3. Фокус и внимание

Контрформа помогает пользователю сориентироваться в контенте. Она также определяет точки фокуса и направляет внимание пользователя на конкретные части страницы.



rtastudio.co.nz

На этапе проектирования сайта важно определить приоритеты — что на странице самое главное.

Для выделения ключевых элементов можно использовать разные визуальные инструменты: цвет, размер, форма. И один из способов акцентировать внимание посетителя — поэкспериментировать с объемом незаполненного пространства вокруг этих точек фокуса.

### ***Резюме***

1. Контрформа — область среди и вокруг всех элементов дизайна. Это инструмент дизайнера в проектировании пользовательского опыта.

2. Белое пространство не обязательно белое. Это просто наименование для определения мест, где нет никаких элементов контента.

3. Меняйте пропорции контрформы в зависимости от 4 факторов: контент, стилистика, пользователь и бренд.

4. Используйте макро-белое пространство для организации контента на макете и направления пользователя через блоки контента. Используйте микро-белое пространство между элементами контента: текстом, изображениями и прочим.

5. Мы также можем подходить к контрформе с точки зрения ее активности и пассивности. Пассивное белое пространство улучшает пользовательский опыт, оно нужно для удобства восприятия контента. Активное белое пространство управляет фокусом внимания пользователя. Оно помогает контенту выделиться и создать его «образ».

## **5. Цвет и типографика в дизайне интерфейсов**

### ***Цвет***

Цвет является одним из наиболее заметных составляющих дизайна: фона, текста, линий, фигур и т.п. С помощью цвета можно привлечь внимание к определенной части сайта, задать эмоциональное состояние. Выделяют основные цвета (красный, желтый, синий), вторичные (оранжевый, зеленый, фиолетовый) и дополнительные (противоположные цвета на цветовом круге).

Как правило, цвета в интерфейсе подбираются на основе цветовых схем. Существуют следующие цветовые схемы.

«Монохроматические — схема соответствует одному цвету и всем его оттенкам, тонам и теням. Монохроматические цвета хорошо сочетаются, создавая успокаивающий эффект. Хотя эта схема самая простая для использования, она не вызывает большого энтузиазма при проектировании web у многих дизайнеров.

Аналоговые цветовые схемы (рис. 7.1) создаются из смежных цветов. Один цвет используется как доминирующий, в то время как другие используются для обогащения схемы.



Рис. 7.1. Аналоговая цветовая схема

Дополнительные цветовые схемы. В основе такой схемы лежат только два цвета, которые сильно контрастируют. Эта схема используется для привлечения внимания пользователя. При использовании дополнительной схемы важно выбрать доминирующий цвет, а дополнительный цвет использовать для акцентов. Например, когда человеческий глаз видит объект, полный различных оттенков зелени, немного красного цвета очень хорошо выделяется. При выборе одного цвета и его противоположного используют также все оттенки, тональности и тени обоих цветов (рис. 7.2).

Дополнительные цветовые схемы хорошо подходят для использования на web-сайтах, так как они содержат также теплые и холодные цвета (рис. 7.3).



Рис. 7.2. Дополнительная цветовая схема

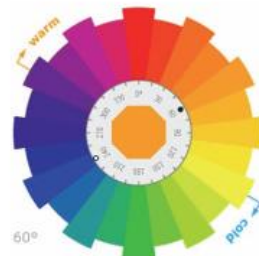


Рис. 7.3. Теплые и холодные цвета

Использование этих цветов обеспечивает контраст, и можно легко запомнить, какие цвета являются теплыми, а какие цвета являются холодными.



Теплыми являются те цвета, которые будут напоминать вам о лете, солнце или огне. Они составляют цвета от фиолетовых до желтых.

Холодные цвета могут напоминать весну, лед или воду. Эти цвета простираются от желто-зеленого и до фиолетового.

Если вы заметили, как цвета работают на круге, то скоро обнаружите, что не можете выбирать один цвет, не выбрав его противоположный по температуре.

Поэтому при выборе горячего красного цвета, противоположным будет холодный зеленый. Или, если вы выбираете холодный сине-зеленый, вы закончите острым красно-оранжевым на другой стороне.

Триадическая цветовая схема создается при выборе одного цвета и добавлении затем двух других цветов, которые должны лежать на одинаковом расстоянии друг от друга на цветовом круге (рис. 7.4).

Триадическая цветовая схема содержит также теплые и холодные цвета, но одна температура будет преобладать. Обычно температура, которая будет преобладать над другими, выбирается для переднего плана.

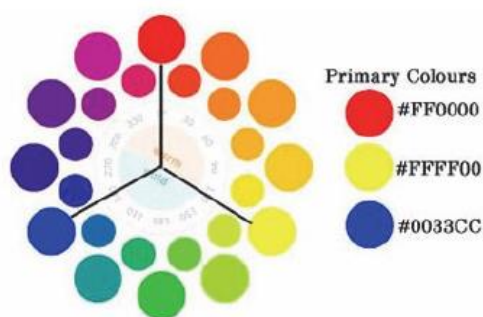


Рис. 7.4. Сайт Puzzle Pirates — пример хорошей триадической цветовой схемы

Здесь используется основная красно-сине-желтая схема, и эта основная схема отлично подходит для сайта детской игры. Синий цвет является преобладающим, а красные и желтые цвета используются как акценты и направляют движение глаз по странице.

Тетрадические цветовые схемы. Чем больше цветов выбирается, тем более сложной будет цветовая схема.

Однако один из приемов состоит в следующем: выбрать оттенок, тональность или тень и придерживаться выбранного повсеместно, а не смешивать чистые цвета и их оттенки, тональности и тени. Этот метод хорошо работает с четырехцветной тетрадической схемой.

Тетрадическая цветовая схема (рис. 7.5) похожа на дополнительную схему, только используется две пары дополнительных цветов, расположенных на равном расстоянии друг от друга.



Рис. 7.5. Пример тетрадической цветовой схемы — сайт JaneGoodallInstitute

Естественная цветовая схема. Лучшие цветовые комбинации можно встретить в природе (рис. 7.6). Почему? Потому что эти схемы кажутся естественными для глаз. Просто сделайте снимок красивого момента и создайте на его основе свою цветовую схему.

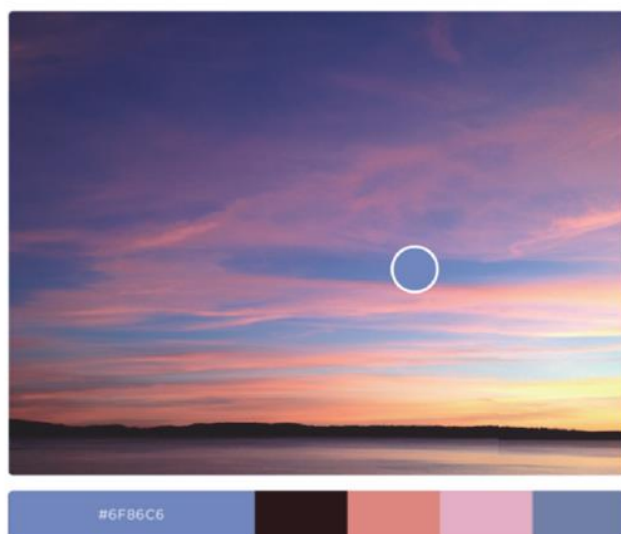


Рис. 7.6. Пример естественной цветовой схемы

## *Гармония цвета*

Цветовая гармония — это сочетание отдельных цветов или цветовых множеств, образующих органическое целое и вызывающих эстетическое переживание. Цветовая гармония в дизайне представляет собой определенное сочетание цветов с учетом всех их основных характеристик: цветового тона, светлоты, насыщенности, формы, размеров, занимаемых этими цветами на плоскости, их взаимного расположения в пространстве, которое приводит к цветовому единству и наиболее благоприятно эстетически воздействует на человека.

При разработке нового продукта часто бывает сложно определить цветовую схему из-за бесконечного количества возможных комбинаций цветов. Существуют определенные правила, которые позволяют выбрать гармоничную цветовую палитру.

Ограничьте количество цветов. Применение цвета к дизайн-проекту имеет много общего с балансом. Чем больше цветов вы используете, тем труднее достичь этого баланса. Вы добьетесь лучших результатов, если будете придерживаться максимум трех основных цветов в вашей цветовой гамме.

Используйте цветовую гамму, наиболее приятную для глаз. Чтобы найти вдохновение, нам нужно всего лишь осмотреться вокруг. Если вы видите особенно красивый или яркий цвет в повседневной жизни, попробуйте создать схему вокруг него.

Пытайтесь следовать правилу 60—30—10. Это вечное правило декорирования, которое может помочь вам легко составить цветовую схему. Пропорции 60% + 30% + 10% предназначены для обеспечения баланса цветов, используемых в любом пространстве. Эта концепция невероятно проста в использовании: 60% — ваш доминирующий оттенок, 30% — вторичный цвет, а 10% цвет акцента (рис. 7.7).



Рис. 7.7. Правило 60-30-10

Идея состоит в том, что вторичный цвет поддерживает основной цвет, но они достаточно отличаются, чтобы можно было разделять их. Ваши 10% цвет акцента. Это может быть цвет для призыва к действию или другого элемента, который вы хотите выделить.

Сначала дизайн в оттенках серого. Можно сначала проектировать все в оттенках серого. Проектирование в оттенках серого перед добавлением цвета заставляет вас сосредоточиться на расположении элементов. Цвет добавляется в самом конце, и даже тогда, только с определенной целью — для акцентирования внимания (рис. 7.8).



Рис. 7.8. Макет с оттенками серого

Избегайте использования черного цвета. В реальной жизни чистый черный почти никогда не встречается. Все «черные» объекты вокруг нас имеют некоторое количество света, отражающегося от них, а это значит, что они не совсем черные, они темно-серые. Дороги не черные. Тени не черные. Когда вы помещаете чистый черный цвет рядом с набором тщательно подобранных цветов, черный все пересилит. Он выделяется, потому что это неестественно. В большинстве приложений, которые мы ежедневно используем, есть черные цвета, которые на самом деле не черные, а темные серые.» [4]

---

4. Источник: Брусенцова, Т. П. Проектирование интерфейсов пользователя: пособие для студентов специальности 1-47 01 02 «Дизайн электронных и веб-изданий» / Т. П. Брусенцова, Т. В. Кишкурно. — Минск БГТУ, 2019. — С. 117-123.



## ***Типографика***

Любая информационная система содержит текст. Оформление текста может оказывать не меньшее влияние на пользователя, чем его содержание. Типографика является одной из самых важных основ дизайна, шрифт сам по себе является результатом деятельности дизайнера.

Известно, что разнообразие гарнитур, сочетание многих шрифтов в одном интерфейсе отрицательно сказывается на качестве проектируемой системы. Такое разнообразие может путать пользователя, затруднять восприятие и выделение наиболее значимой информации. С другой стороны, интерфейс, в котором везде используется только один шрифт, может оцениваться пользователем как однообразный и неинтересный, безвкусный.

Потому в дизайне интерфейса рекомендуется использовать гарнитуру нескольких (до трех) шрифтов: базовый шрифт — шрифт материалов сайта/приложения и акцидентный — шрифт для заголовков. В некоторых случаях дизайнеры вводят дополнительные шрифты для элементов навигации, выделения какой-то информации или чтоб повысить читабельность мелкого текста. На всех экранах продукта нужно также выдерживать единые размеры отступов/заступов для всех элементов на сайте, иерархию заголовков и навигационных элементов. Таким образом, все оформление информации на сайте должно строиться на базе общей схемы.

Выделяют четыре основные типы шрифтов.

Шрифт с засечками (serif) – гарнитура шрифта, которая содержит завершающие штрихи, расширяющиеся или сужающиеся концы или отсеченные окончания, (например, шрифт Times New Roman). Такой шрифт легко читать на печатной странице, поэтому его принято применять для печати основного текста. Но в электронных источниках текст, отображённый шрифтом без засечек более удобочитаем, чем текст, набранный шрифтом с засечками.

Без засечек (sans-serif) – гарнитура шрифта, конечные штрихи которой не имеют никаких расширений, пересекающих штрихов или других украшений, (например, Verdana). Именно такой шрифт чаще всего используют в качестве основного текста для web-страниц.

Рукописный или курсив – шрифты, которые выглядят как написанные пером или кистью, (например, Staccato). В больших отрывках такой шрифт трудно читать, поэтому на Web-страницах (особенно в основном тексте) курсив встречается крайне редко.

Специальные шрифты. Они как правило имеют причудливый вид, (например, Jokewood), поэтому используются с декоративной целью и в небольших областях экрана.

Выбирая шрифт, следует учитывать, что он должен соответствовать содержанию текста и его роли в интерфейсе. Так, для заголовков можно использовать практически любой

шрифт, в т.ч. декоративный, а для основного текста лучше выбрать хорошо читаемый и четкий шрифт (например, Helvetica, Lato или Open Sans). Размер шрифта должен соответствовать предполагаемому размеру и разрешению экрана, на котором он будет отображаться. Также следует учитывать, что шрифты могут выглядеть по-разному в различных браузерах.

Изменение стиля текста – один из способов привлечения внимания или структурирования текстовой информации. Для этого можно выделить слово или фразу с помощью курсива, подчеркивания, увеличения размера шрифта и т.п. При этом на всех страницах информационной систем нужно придерживаться единого стиля.