

第一部分 Web设计核心问题

第1章 什么是Web设计

关于Web的讨论经常偏题，这是由于人们所用词汇的意义变动很大。尽管人们或多或少地有些看法，但没有人能够精确地定义什么是Web设计。一些问题被经常讨论，如可视化设计与编程，但关于它们在Web设计中的重要性则仁者见仁，智者见智。撇开可视化和技术方面不谈，很多人认为Web站点内容的创建和组织是Web设计最重要的方面。随着电子商务的兴起，商业方面的考虑也成为站点成功设计的重要方面。

对于特定的项目，上述所有学科以及其他代表着Web设计主要方面的交叉学科，都可能是需要的。由于许多学科，如图书情报学、图形学、程序设计、客户机/服务器技术、用户界面设计、可用性以及其他学科的影响，Web设计实质上已包含许多学科。

1.1 Web设计的金字塔

尽管我们可以考虑来自十几个领域的影响，但Web设计的四个主要方面是：内容、技术、外观以及经济。内容的目的在于告之或者劝说用户；使用技术的目的是实现合理的功能；外观方面的考虑则提供了站点的形式；对于大多数站点来说，还需要考虑所建站点的经济效益。如果没有清晰的目标和效益，一般来说这样的站点是不会建立的。当然站点的外观因其类型而异。一个个人主页不会像商场的站点一样考虑经济效益，一个制造企业的内部网也不会像公众网一样考虑外观效果，如采用动画技术。因为设计原则随所建站点的性质有很大的变化，因此把Web设计当作整体来考虑是很困难的。

如图1-1所示，把Web站点比喻为一个金字塔是很形象的。内容是建筑金字塔的砖块，而基础是建立在外观与技术之上的，它很大程度上依赖于网站建设经济效益。作为Web设计者，应尽力认真地设计，但整个过程会是很困难的。Web技术的不断更新使得设计网站极具挑战性，它需要联合作业以及对Web媒体的透彻理解。即使我们是Web设计专家，能建立美观而实用的站点，用户也可能在面对我们的作品时显得很困惑。Web设计者经常花大量的时间去考虑他们自己的需求而不是了解用户的需求。我们的Web金字塔概念看起来有可能非常像真实的砖块结构的金字塔——一个密不透风的坟墓——以至于用户非常困惑而找不到门。用户是否理解站点的要点呢？尽管Web开发所遇到的困难与古埃及人建造金字塔所遇到的挑战不一样，但建造一个实用、令人愉悦并能接受因特网时代的考验的站点并不是一件非常容易的事情。

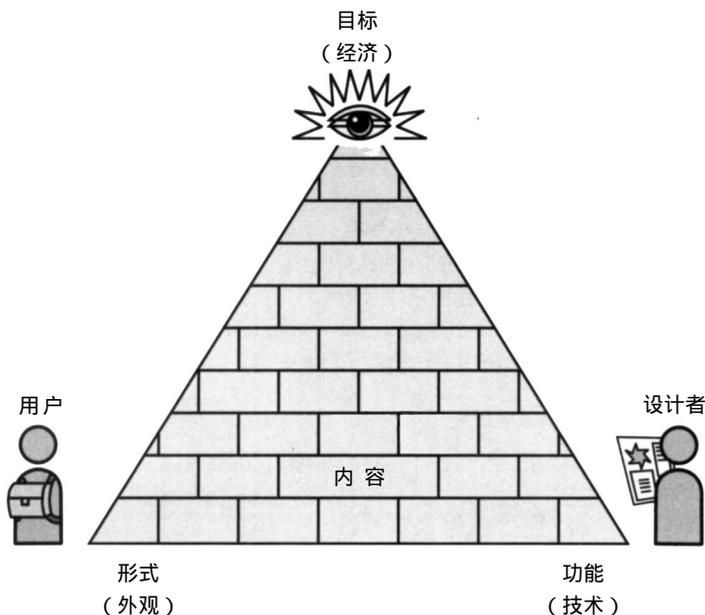


图1-1 Web金字塔：Web设计的方方面面

1.2 建设Web站点

建立Web站点是很困难的。尽管一些核心技术如HTML很容易掌握，但开发者仍会犯很多错误。这主要是由于开发者经验的欠缺，进程的混乱以及不现实的时间安排所导致的。因为时间的限制和缺乏经验，开发者经常走极端，不考虑后继步骤，而企图一步到位，直接实现。例如，一些Web专业人员直接从外观开始建设站点。用可视化设计工具试着做页面，然后才考虑下一步，结果造成设计的页面五彩斑斓，看起来就像精美的小册子。当今一些注重外观效果的站点经常完全用Macromedia Flash来开发，其效果就象播放一些电影片头却不介绍电影一样。这种做法除了能展示创造者外观设计方面的技艺外，对站点目标的实现全无帮助。对于那些著名的站点来说，这或许正是其意图，但对其他类型的站点又怎样呢？首先考虑外观效果的那些站点经常难以更新，除了令人眩目的效果外，没有什么主要的技术，缺乏功能，并且下载的速度极慢。很多人把这种站点称为小册子软件(brochureware)或片头软件(introware)，这主要是因为这些站点的功能并不比那些小册子、娱乐软件或电影介绍丰富。这种站点的例子如图1-2所示。

当然，另一种极端的情况则是一开始就专注于实现技术，那些站点尽管采用的都是最新和最好的技术，但通常缺乏一种整体的设计。外观上看起来非常笨拙，界面也非常令人困惑。有时候这些站点又采取一种称为“圣诞树”的设计方式。一旦实现了基本功能，开发者就开始像用彩球或剪纸装饰圣诞树一样，竭尽所能用GIF图片去修饰页面，最终却徒劳无功。这种情况下，外观相对技术来说处于次要的地位。同样，在“外观第一”的情况下，技术被用来显示开发者的技艺而不是满足使用者的需要。过多地采用Java applet和插件，并要求浏览器支持最新版本的DHTML、XML或CSS，这正是“技术第一”的标志。追求“技术第一”的站点企图采用独一无二的设计，使用最新版本的浏览器，常常缺乏对站点功能的支持。一个过分推崇技术的站点的例子见图1-3。

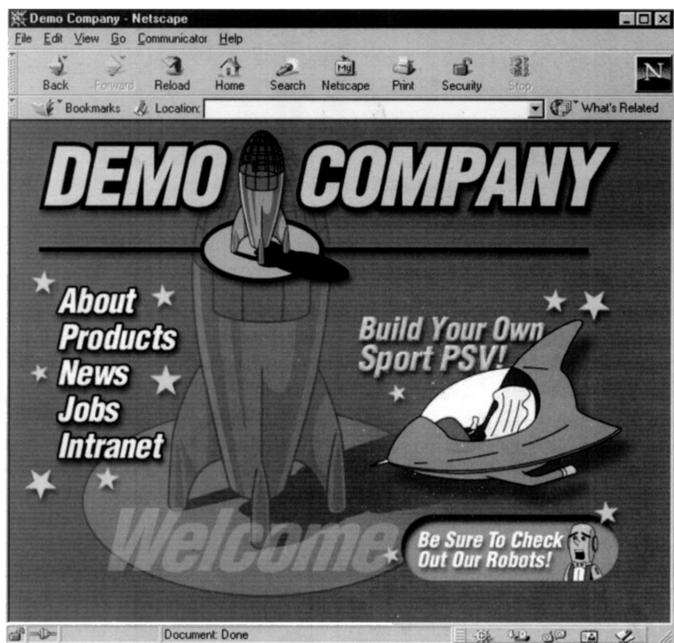


图1-2 “外观第一”产生了“小册子软件”和“片头软件”

滚动的Java applet

下拉式导航条

弹出窗口

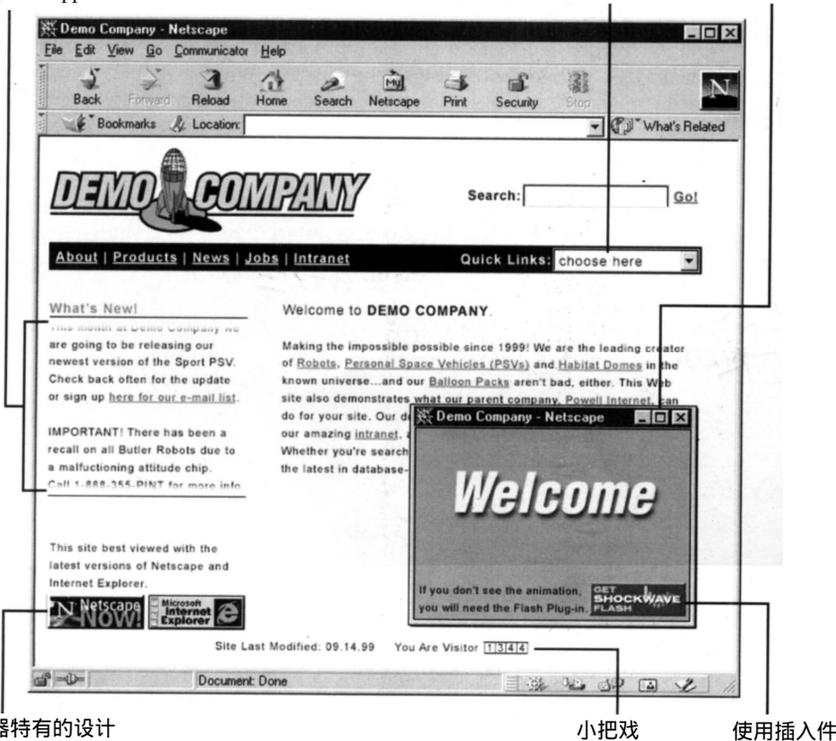


图1-3 “技术第一”产生了外观上没有吸引力的独特页面

Web开发进程模型

技术和外观效果提供了 Web金字塔的基础，两者密切相关，并与站点意图的实现直接相关。与其仓促实现后再发现问题，不如首先讨论站点的意图，再确定实现的方式。这种演绎的或者说“自顶而下”的Web开发方法很好理解。首先，考虑好站点的意图是非常重要的。在建设站点之前，应该认真理解站点设计中会遇到的问题以及要极力达到的目标。清晰的理解和定义目标能减少项目失败的风险，并有助于确定站点设计的合理性。在确定好站点的目标后，应创建好规范说明书，这个规范说明书记录了站点所有的需求，并认真考虑了用户的需求。接着应该产生站点的设计书。这些设计包括技术和外观的原型。一旦设计完成，就应该着手实现并测试。最后，站点的所有部分应该集成为一个整体并进一步测试。必须在以上过程完成后，才能发布。一旦用户开始反馈意见，就应该着手进行校正和修改。很多学科如软件工程已定义了与刚才所描述的进程极为相似的进程模型，其中最为著名的是瀑布模型，这个模型描述了从项目计划到最终发行与维护的整个软件生存周期。这个进程被分为几个阶段，从一般需求到具体实现等方面帮助指导设计。图1-4是一个瀑布模型划分阶段的例子。

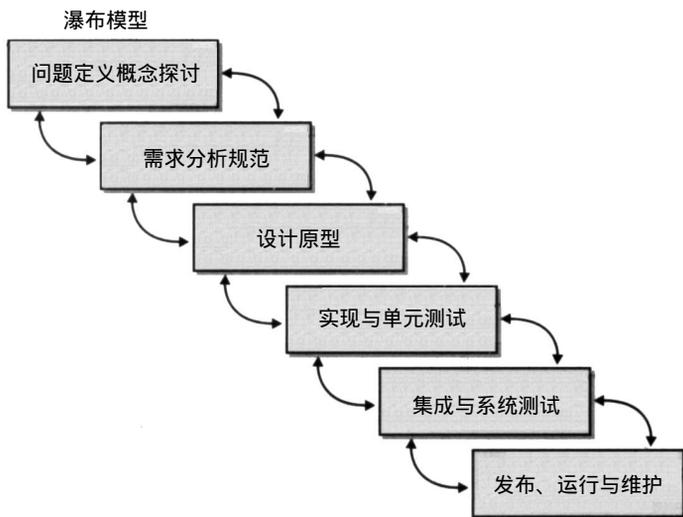


图1-4 瀑布模型划分阶段示例

值得指出的是，对于各种进程模型中步骤的名称和数目来说，各个程序员采用的不尽相同。进一步说，基本瀑布模型并不是唯一的使用模型，还有其他一些模型，诸如修正瀑布（modified waterfall）模型，螺旋（spiral）模型，联合应用开发（joint application design, JAD）模型也得到使用。一定要记住的是，进程模型的最终目的是帮助指导站点的开发。理想的 Web进程模型会帮助开发者处理站点的复杂性，减小站点的失败风险，妥善处理项目中遇到的变化，提供管理中的反馈意见，以便迅速而容易地跟踪反馈信息。实际上对理想的 Web模型的要求相当苛刻，尤其是考虑到大多数Web开发人员对正规的软件工程原理并不熟悉，而 Web这个领域的出现甚至还不到10年。

1.3 为用户设计

正如上面所说的，在Web开发中经常犯的一个错误是为设计者而设计站点，所考虑的是设计

者的需求而不是实际用户的需求。如果设计者忽略用户的需求，进程模型就不能保障一个站点的质量。一定要记住 Web 设计的重要原则：

规则：设计者不是用户。

设计者所理解的并不是用户所理解的。作为一个设计者，你拥有 Web 站点的直接知识。你知道信息在哪里以及如何安装插入件。你有最优的屏幕分辨率及浏览器的设置等等。你必须接受以下的事实，很多用户并不像你一样理解你认真设计的站点，他们的兴趣甚至也与你不尽相同。

考虑到用户的兴趣和期望的重要性，表面上直接让用户以他们希望的方式进行设计仿佛很合适。但如果你考虑到了另一个基本原则，那就不是一个好主意：

规则：用户不是设计者。

并不是任何人是或必须是一个 Web 设计者。就像指望电影观众根据观看的电影去指导一部电影一样，仅因为用户浏览了众多站点而指望他们能够设计站点的想法是愚蠢的。用户经常有很多不现实的关于站点的需求和期望。用户也不会认真的单独考虑 Web 站点的某个部分。总之，用户不会像设计者一样对 Web 有综合的理解。

这就是说，成功且易用的 Web 站点设计的关键是尽量从用户的角度去思考。以用户为中心的设计要求把用户放在第一位。但我们又能就用户谈些什么呢？是否存在典型的用户呢？是否存在一个有代表性的因特网用户，而我们应该为他设计站点？可能不会，但我们在设计站点时应该考虑一般的特性，如响应时间、记忆和其他一些认知与物理能力。对认知科学的回顾有助于我们理解用户的基本能力，这会在第 3 章里进一步讨论。记住，用户具有共性时也具有个性。对一个用户看起来很简单的事情对另一个用户则可能很困难。为具有共性的用户设计站点有可能不能满足所有用户的要求。能力强的用户可能觉得站点的限制太多，而新手则会觉得它太困难。用户是一群具有某些共同能力和特征的个体。站点在专注于共性时，也应该考虑个性，正如下面的原则所指出的。

规则：为用户的共性设计，但应该考虑差异。

效益和可用性

好的 Web 站点对用户是有用的。有效性包括两个方面的意思：有用性和可用性。有用性指的是站点潜在的满足用户需求的功能。可用性是指用户能够通过站点的操作实现特定目标。例如，考虑一个提供在线银行服务的站点。如果它提供诸如收支平衡检查、转账、资金支付等用户期望的能力，就可以说它是有用的。然而，站点也可能完全失败，它提供的功能可能令人困惑而无法得到有效的使用。很明显，如果一个站点不能恰当地运作，或者设计得非常糟糕甚至存在错误，它就不是一个好站点。可用站点的效率会非常高，容易学习，在实现用户的目标时令人满意而不会有错误。第 3 章会更详细地讨论可用性 (Usability) 的概念。

1.4 从纸张到软件

Web 设计可用性概念的重要性日益增强，这与 Web 范畴从印刷品到软件的转变直接相关。

过去，Web站点提供的功能比较简单。大多数站点只不过是提供印刷品诸如小册子、目录册或杂志的电子版本。站点甚至存在严重的可用性问题。更糟糕的是，用户经常感到迷惑或在填表时出错。然而，今天的Web站点已经有各种各样的形式，简单的诸如小册子软件 (brochureware)，复杂的则诸如Web的应用，如图 1-5所示。存在的这种差异性和复杂性使得 Web设计非常看重可用性。

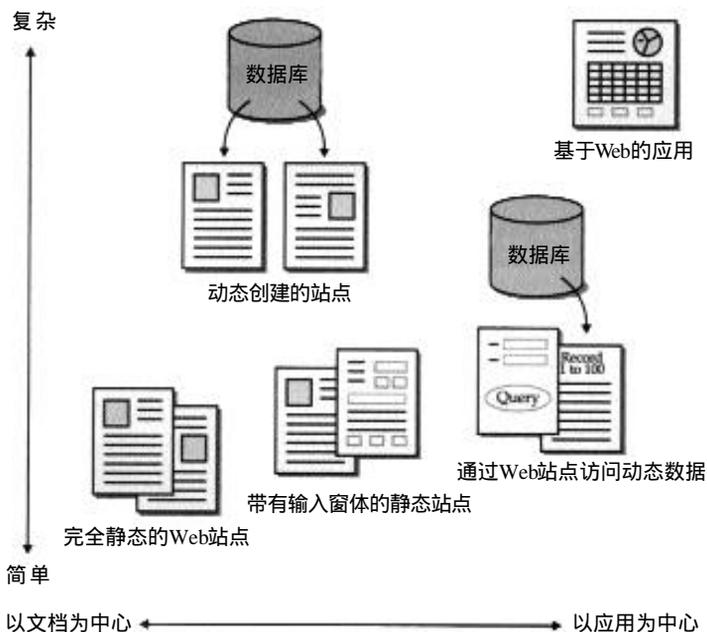


图1-5 Web站点的范畴

像软件一样，一个Web站点如果有用、可用、正确、令人愉悦，就可以认为是优异的。这些指标除了正确性以外，都相当主观。对于设计得很好的站点来说，它的运行应该非常成功。就是说，站点无论如何不能崩溃，HTML页面正确，图像合适，这些页面就像设计者期望的那样。任何交互的元素，无论是客户端端的脚本如 Java Script，或服务端执行的CGI程序，一定要恰当地运行而不产生任何错误。站点的导航系统一直顺利地运行，在访问一个站点时不应该遇到“404：没有找到”这样的链接中断的情况。尽管运行顺利已经成为成功站点的必备品质，但仍有太多站点在运行时出错，而未遵守以下规则：

规则：站点的运行应该接近不出错。

运行中出现的问题可以归为以下几个原因：技术的改变，开发经验的欠缺，过于冒进的时间表，方法学的缺乏，未考虑到媒体的限制。以上很多问题都可以通过第2章中讨论的方法学解决。因为开发工具迅速更新，Web的开发与传统软件的开发相比困难得多。一个用某种技术开发的站点几个月后必须用另外一种技术重做一遍。过去几年HTML已经推出了三个版本，浏览器厂商也推出了具有专门特性的产品。像Java Script这样的技术更新得更快。浏览器厂商以很高的频

率推出存在很多错误的新版本加剧了这种因为规范改变而产生的困难。开发者在建造 Web 站点之前必须懂得 Web 核心技术。超文本链接标记语言 (HTML)、重叠样式单 (Cascading Style Sheeting) 和其他 Web 核心技术将在第 14 章讨论。一个 Web 设计者忽略技术和媒体的结果, 就像印刷品设计者忽略了纸张上的墨痕——Web 设计者必须了解和注意媒体, 它包括诸如浏览器、带宽、程序设计及协议等问题。

规则: 了解并注意 Web 及因特网媒体的限制。

1.5 Web 的图形用户界面传统

很多 Web 站点提供了在线商场、电子银行、软件下载、游戏以及网上交谈等功能, 这些复杂的站点不仅提供了内容, 而且也允许用户像使用传统软件一样进行交互或操作。然而, Web 站点并不等同于传统软件, 尽管它们都用类似的程序方法设计, 但 Web 站点的发布是不同的, 必须易于学习, 没有安装与卸载的麻烦, 必须专注于内容, 并更直接地考虑市场。进一步说, Web 与传统软件相比, 有更复杂的时间效益与软件发布的考虑。考虑诸如 superbowl.com 这样的站点, 你会懂得时效与软件发布等问题意味着什么。

尽管 Web 在很多方面与传统软件不同, 但它们都依赖于图形用户界面 (GUI) 这个基本的设计构件: 窗口、图标、菜单和指针。在第 12 章将讨论很多图形用户界面小件 (Widget) 的使用。因为用户都熟悉传统图形用户界面的对象, 他们希望在 Web 中会遇到类似的情况。简言之, Web 站点采用了一种修正的图形用户界面模型。当一些图形用户界面设计常规如双击和拖动在 Web 的背景下失效时, 就没有理由不按照人们所理解的方式来建立站点。这一点可以概括为以下规则:

规则: 适当的时候, Web 站点应该遵循图形用户界面原理。

传统上, Windows 和 Mac 应用程序采用了同样的图形用户界面设计准则, 这样, 用户从一个软件包到另一个软件包时不必重新学习。Web 图形用户界面是否也有共同遵循的规则呢? 这看起来很不实际, 特别是考虑到没有一个组织, 即使是万维网论坛 (WWW.W3.ORG), 也没有能力制定让所有用户和公司必须遵循的标准。或许某一天这样的局面会得到改变。不管是否存在这种可能性, 至少今天已经出现了一些广为大家承认和使用的思想。这些概念并不比那些日积月累的共享规则抽象, 也不是必须遵守的 (在法律意义上, 它们是通用法而不是罗马法)。这些规则受到如传统、社会力量、技术、常识和偶然因素的影响。一个未被人承认的规则的好例子是链接体的颜色。随着经验的增加, Web 用户知道, 那些带有下划线的蓝色字符是可点击的。改变链接体的颜色通常会带来可用性问题。用户希望看到蓝色的链接体文本, 当使用另外一种颜色时, 用户会感到困惑和沮丧。

1.6 内容的关注

Web 比传统软件更专注于内容。站点与它的内容的边界经常非常模糊。正是内容构成了 Web

站点，它提供了构造“虚拟金字塔”的砖块。内容可以是文本，二维图像、三维动画、音频、视频或多种内容形式的混合体。首先，高质量的内容在 Web 世界里是非常重要的，用户寻找有用的内容，在找到后会利用它们。令人愉悦的导航图像或炉火纯青的外观设计会诱惑一个用户访问站点，但仅有这些却不会留住用户。最终，用户浏览站点都带着明显的意图，如寻找有价值的内容或做一些有用的事情。如果站点空洞无物，用户会最终离开。然而还有一种情况，站点即使有高质量的内容，如果用户无法找到它，这些内容也毫无价值。

用户需要指路。第 4 章会提到清晰的站点结构，这有助于用户，但好的导航要求的不只是结构，词能达意的链接体名称，合乎逻辑的按钮组合，语义清晰的页面标题和一致的导航元素都会影响用户的浏览过程，这些将分别在第 5 章和第 6 章讨论。导航设计当然很重要，但用户经常花大量的时间企图把站点组织得更合乎逻辑，却忽略了导航的要点。最好的 Web 设计经常采用简单而微妙的导航。记住，用户访问你们的站点并不是来欣赏你的设计。站点访问者通过导航系统寻找需要的信息，导航系统只不过是路径而已。即使这些设计真的不同寻常，也不会得到别人的注意。记住，对用户来说，他们的焦点不是导航或搜索本身，而是他们希望得到的结果和内容。正如以下规则所说的：

规则：导航系统只不过是达到目标的手段。

实际上，撇下关于站点结构和导航思想的讨论不谈，用户是否在意访问站点时所处的位置，这一点值得怀疑。用户在心里并没有一个流程图，也不会花时间去弄清楚复杂的组织关系。对用户来说，他们在网站所处的位置仅在他们无法找到所需要的东西时才变得重要。只要用户感觉到他们能以一种满意的方式找到所需的信息，导航系统就是合适的。当然，由于用户的差异，不可能实现完美的导航系统。用户需要的仅仅是导向辅助工具，诸如搜索引擎、站点映像、站点索引或引导他们达到目标的帮助系统。这些导航系统将在第 7 章和第 8 章中详细讨论。

1.7 外观问题

尽管一个好的站点必须有好的功能和简单的导航系统，但这些特征并不能马上得到承认。站点的外观经常是最先被注意到的。尽管好的品味是不可能强迫出来的，几乎也不可能预测，但我们知道，好的 Web 设计与用户对站点外观的品味直接相关，第一印象有赖于在线的站点。如图 1-6 所示，用户不需要任何预先的知识，就可能主观地认为第二个站点（前端的）比第一个更值得浏览。站点的外观会影响用户对站点的看法。外观好的站点会主观地被认为比外观差的站点好，至少第一眼是这样。因此，有如下规则：

规则：外观会显著地影响用户开始时对站点的价值判断。

注意 外观在获得用户信任方面可能也是重要的，这一点在在线交易方面非常至关重要。在对每个站点一无所知的情况下，考虑一下您会选择哪个站点进行交易。记住，信任不仅仅与站点相关，并且很大程度上受第三方认可的初始印象或者公司声誉的影响。

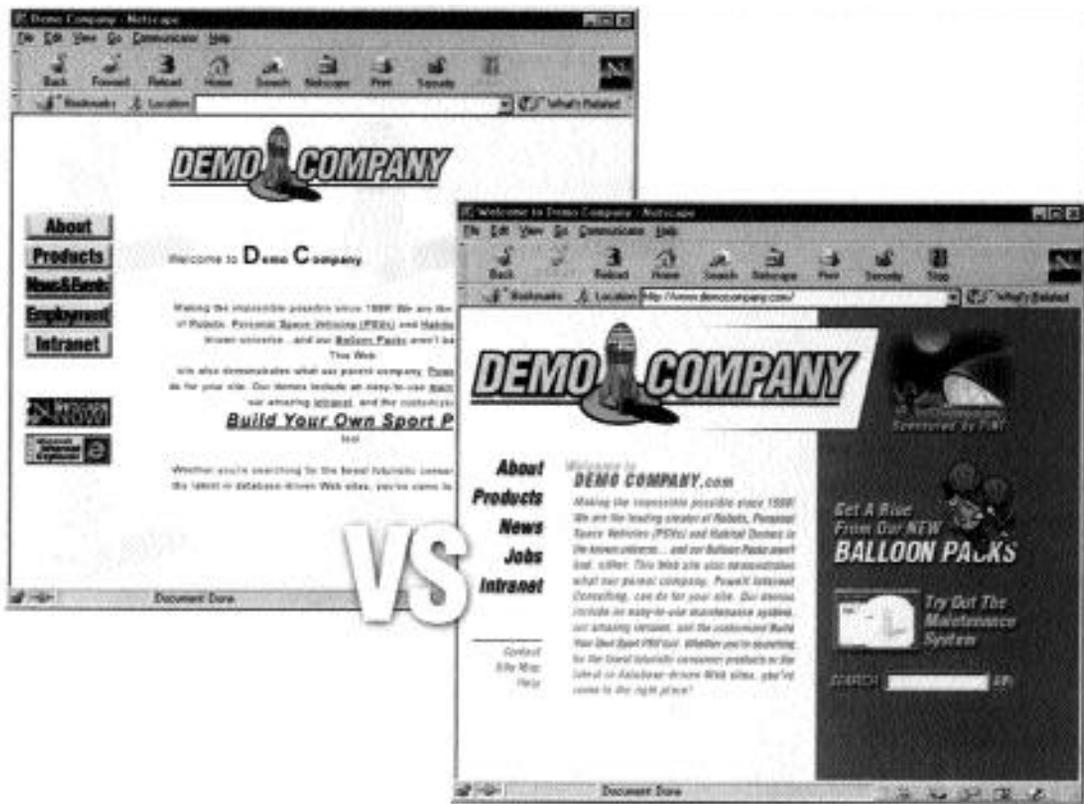


图1-6 哪个站点更好？哪个站点更值得信赖

综合印象值

外观开始时很重要，但用户继续使用时，会逐渐减少对外观的关注。当一个用户离开某个站点时，他会有一个综合的印象——对站点访问是否成功的一般感觉。一般来说，这种感觉有可能是正面的、负面的或中性的。考虑一个用户讨厌某个站点的案例。为什么造成这种情况？用户是否发现站点很难使用？站点访问速度是否很慢？站点是否运行得很糟糕或经常出错？站点是否设计得很糟糕？以上任何一种原因都可能导致用户在离开时对站点有负面的评价。可能一开始受到外观的影响较大，最后的印象却来自内容、外观、技术以及可用性的综合。综合印象值可能很大程度上与用户在访问过程中是否达到目的相关。这样，虽然外观在第一印象中占主导性的作用，最终印象的产生却很复杂，可以综述为以下规则：

规则：站点的综合印象值受外观、内容、技术、可用性以及用户满足程度的综合影响。

尽管综合印象值不只是仅仅包括用户对站点的外观评价，但这并不会降低Web外观的重要性，颜色、背景、文本的使用、图像以及页面样式都能用来提高页面的表现力。考虑图 1-7的情况，一个站点没有图像和页面样式，而另外一个却有。

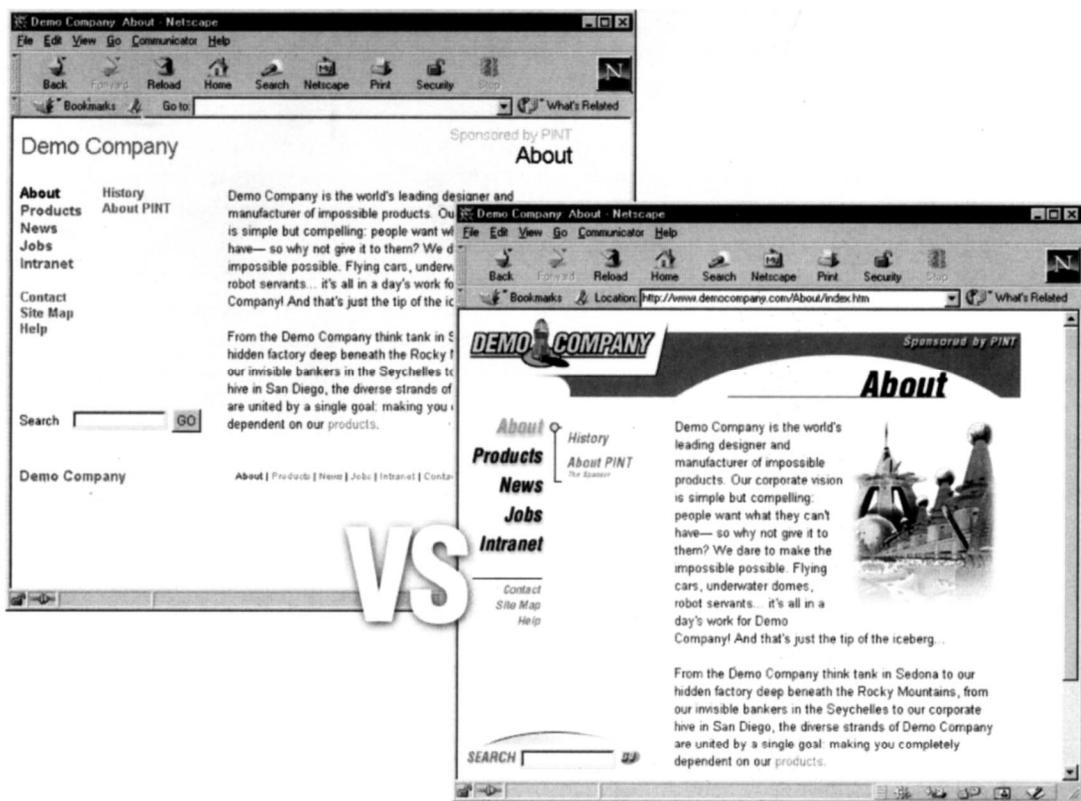


图1-7 形象化外观为平淡的站点增加了情趣

撇开视觉有障碍和计算机环境不支持图形浏览的用户不谈，视觉效果好的站点注定更加有趣。不要专注于站点的特定外观或那些可以下载的页面，仅仅在抽象的层次上考虑哪些更令人愉悦。即使设计的站点更偏重于内容、功用或快速的下载，在外观设计上也应该令人愉悦，以免失败。如果图形不重要，为什么 1990年初期因特网上的信息系统——Gopher不再被使用？Gopher很容易使用，支持超链接体，有着丰富的内容。但由于不支持图形，外观上很糟糕，所以很快被Web超越。虽然有一些激进分子认为Web被按钮、背景以及图形元素过分地装饰，但如果没有这些，Web将显得非常平淡，缺乏活力。

Web既可以为艺术而设计也可以为使用而设计，同一个站点上，不同的页面有不同的目的，因而要求有不同的外观。当然，过分地强调差异，会影响可用性。这样，设计者应该考虑采用一致的页面样式、尺寸，以便于浏览，第9章会讨论这些。文本样式也会影响页面的可用性。过去，由于Web技术的限制，文本的控制很有限，新的技术如CSS就提供了更多的控制。Web的排版原则与技术将在第10章里讨论。基本上，图形、颜色和背景的使用会在很大程度上影响用户的体验。例如，滥用图形会影响Web的访问速度，即使采用低带宽的外观设计原则，情况也可能变得很糟糕，如颜色和图像不能恰当地显示，这会不可预见地影响用户。第11章会讨论到颜色、图像和背景等知识。

尽管站点的外观会极大程度地影响用户的评价，但一定要注意不能仅仅专注于外观。一个用户喜欢或不喜欢某个站点的外观有着多方面的原因，如从简单的口味到对内容的兴趣。如果

你对滑雪板不感兴趣，你可能对站点的滑雪板外观评价不高。同样，另外一些人可能不会对你的玫瑰园感兴趣。进一步讲，如果图形本身令人愉悦，而它们的表现方式很糟糕或下载速度很慢，用户仍然不会喜欢。记住金字塔的类比，你不能仅仅专注于建造的某一个方面。

1.8 形式和功能的平衡

Web站点设计的关键问题是形式和功能的平衡。在现代主义的影响下，很多设计者坚持认为事物的形式应符合它的功能。考虑到形式是 Web金字塔的基础之一，而功能是另外的基础之一。形式不好的功能是令人厌烦的。站点可能运行得很好，但不能激发用户的灵感。与之相反，如果形式富有表现力，功能有限，用户则会感到失望。形式和功能之间需要一个清晰且连续的关系。简单地说，站点的形式应直接与它的意图相关，如果站点是商业性的，它的外观可能非常绚丽，并且有相当份量的多媒体内容，如果这些内容能帮助实现我们的目标的话。相反，如果站点是单纯事物性的，如在线银行，则可能更侧重于实用的形式。当然，要确定站点的合适形式，要求清晰地界定站点的功能。不幸的是，大多数Web站点的最终功能并不能得到很好的理解，不能清晰地把站点的形式与功能联系在一起。

形式（艺术）和功能（技术）的矛盾可能持续存在，尽管设计者唯一的立场是为用户设计。形式与功能并不一定相矛盾。在大多数时间里，它们具有互补性。一个外观好的设计会使站点的功能更好，然而，太多的功能却会造成外观和感觉的匮乏。考虑广为访问的门户网站如 Yahoo!、Excite或别的大型电子商务网站。这些站点都有着它们的共性，特定的外观，但没有一个网站会仅仅依赖于外观或技术的某一个方面。然而，一些设计者不管平衡的重要性，而认为 Web采用的图形用户界面原则束缚太多，缺乏创造性和商业的策略。如果所有的站点在运作上是一致的，又怎能记住某个站点并帮助打造公司的品牌？对于可用性极为关键的一致性在市场的背景下退居其次。出于商业性的考虑，设计者希望在不同的站点之间创造差异——不一致性正是唤起注意的市场手段。然而，差异性应该是怎样的呢？考虑一个真实的衣店：是应该让行李架、门把手、现金出纳机或试衣间不同于其他商店，还是应该专注于衣服本身的差异呢？虽然商店的每一部分都会加深商店的印象，但答案仍然很明显，衣服的差异是最关键的。Web与此完全相同，不应该专注于图形用户界面小件——它们仅仅是界面而已，而应该关注内容和任务。然而，大多数情况下，设计者企图通过不同寻常的界面去打造站点的品牌。

规则：不要用界面去打造品牌。

用按钮打造品牌是不可能的，考虑到用户在一年时间里会访问几十、几百甚至几千个站点。他们怎么可能记得住按钮的形状、颜色或动作呢？用户访问站点不是为了向你设计的按钮表达敬意，而是为了达到用户的目的。Web设计不应该忽略这一事实。

1.9 什么是好的Web设计？

即使我们同意站点的开发需要很多天赋并且依赖于形式、功能、内容和目标等方面之间的平衡，要想恰当地指出什么是好的Web设计是很困难的。如果你相信Web设计的四个方面互相不一致，你就会很容易地想到合适的设计因项目而异，因人而异，这是常识。在软件开发中，设计视频游

戏时遇到的挑战与设计客户机/服务器应用时遇到的挑战大不相同。这一点不会因为 Web而突然改变。为了支持一个众所周知的品牌而设计站点，与设计企业内部网也大不相同。很多人不管这些显而易见的事实，而去寻找一些有关如何建造“酷”站点的指导，并盲目地应用。尽管这些想法对一部分站点是正确的，但显然不是所有站点都面临同样的问题。对一个站点来说非常“酷”或“聪明”的想法，可能对另外一个站点是绝对的灾难。一个好的例子是图 1-8所示的“飞出页面”（Splash page），这个术语用来描述进入某个网站的首页。“飞出页面”被用来给站点定基调，经常有很多有趣的动画，用来提醒用户访问站点时需要什么技术支持。更为有趣的是，大多数情况下，“飞出页面”可以用来诱惑用户访问站点。另一方面，这也很容易成为障碍。例如在与工程师相关的站点中，“飞出页面”时的使用会造成四分之一的人在尚未打开“飞出页面”时就离开站点。在与用户交流为什么他们退出站点时，结果显示对于急于寻找信息的人来说，“飞出页面”成了一个障碍，令人厌烦，他们所需要的只是一些简单的可以点击的页面。这种情况下，“飞出页面”的使用非常危险。然而，对于那些想娱乐的用户来说，“飞出页面”具有很大的诱惑力，会构成一个奇妙的经历。某些娱乐站点如果没有“飞出页面”，就会像电影没有序幕一样，会很不完整。这个简单的例子显示了Web设计中最危险的一面，例如，认为好的Web设计只存在唯一的形式。

规则：没有一种“正确”的Web设计符合所有的站点。



图1-8 一个“飞出页面”的例子

怎么办呢？我们能否说 Web设计没有什么绝对的原则？几乎很难如此，但如果你把 Web设计原则作为绝对的东西遵循，你就会一直感到困惑和失望。例如，“从来不使用框架”或“一定要保持页面的大小为 50kb左右”的说法基本上是无害的。但如果不认真地理解这些话的动机，设计者注定会误解。考虑一下如页面大小为 50kb的经验法则，它之所以被建议，是因为 Web的访问速度。用户经常抱怨 站点的下载速度时间太长，这种情况对于用调制解调器来访问有大量图形的网站的用户来说是实情，但对于公司企业内部网还成立吗？或对那些拥有专线或别的高速网络设备的人来说还成立吗？当然不。然而，尽管有这种观察结果，通常在高速网络环境下，仍然存在诸如减少图形颜色或把大的图像分成几块的设计原则。规则是好的，但理解规则的动机后再应用这些规则更好。一定要极力去理解规则背后的动机而不是盲目地应用。当你发现很多规则本身相互矛盾时，这样做对你更有利。

Web站点的评估

准确地描述好的 Web设计是什么非常困难，相反，如果指出什么样的设计很糟糕却并不困难。很多站点和书描述了什么是糟糕的设计。这种方法存在的问题是，尽管它指出了不应该做什么，但却未回答像“你应该做什么”这样更困难的问题。大多数糟糕的设计为众人所知，如缓慢的页面，滥用图形，过量的动画，站点始终在建设，令人困惑的链接体，五彩斑斓的背景，难以阅读的文本以及缓慢的下载速度等等。在讨论中指出不做什么是很重要的，但花大量时间去讨论什么是糟糕的设计，收获却不会很大，尤其是考虑到没有人会人为地设计“最坏口味”的站点。很多站点的评估看起来更热中作出像“设计者缺乏正确的判断能力且丧失了好的口味”这样的评论，而不是用积极的方式去校正这些站点。

在评估Web站点的时候，考虑一个颠倒的 Web设计过程，某种意义上可以称为“逆流而上的瀑布模型”。首先测试站点的实现，站点的发布如何？HTML是否正常？所有图像是否保存得恰当？脚本运行正常吗？接着考虑外观和导航设计，你是否理解导航系统？有断开的链接体吗？是否容易在站点上发现你所需要的信息？然后考虑为什么要设计网站，它们的服务对象是谁？站点的目标是什么？什么样的用户会使用这些站点？这些用户有什么样的目标？是否按照你的设计方案逆流而上？外观设计是否合理？导航系统的情况又怎么样？还要考虑用户站点的运行是否合理。站点的评估应该经常认真地进行，只有认真研究各方面的问题，才能形成基本的观点。一个详细的关于站点评估的讨论将在附录 B中给出。在设计者不得不经常评估站点时，需记住，设计者不是用户。我们需要从用户中得到反馈信息，并用来验证和校正我们的看法。

1.10 探索Web设计

确切的 Web设计是什么？这是一个以用户为中心的多学科设计，受到包括视觉艺术、技术、内容和意图的多种影响。意图甚至包括经济方面的考虑，如站点的利益成本率。因为 Web设计是多学科的，从相应学科中发掘理论和思想通常是合适的。实际上，在本书的前几章，我们就是这么做的。然而，一些人把这些方法看得过于专有，结果热衷于一种 Web的“疯狂隐喻”。依赖于设计者在从事 Web工作之前拥有的经验或最熟悉的交流媒体，设计者企图把一种媒体上的规则挪到另一种媒体上，诸如“Web很类似印刷品”或“Web与软件极其类似”的说法很普遍。尽管

Web确实从其他学科借用了许多知识，但还是有着显著的不同。实际上，Web与印刷品有很多差别，因为它提供了更多功能，这一点与软件比较类似。然而，站点的发布问题和更加关注于内容，又使得它与传统软件有较大的差异。

当然Web这个学科还很年轻，我们也不能说这种媒体完全不同。有很多人从事相关工作，他们认为Web非常具有革命性，以往的旧规则没有一个可以继续适用，这简直是胡说。即使不参考博学家的看法，我们也知道，历史上任何新媒体创建自己的规则时，也一定会从其他领域借用旧的规则。进一步说，没有一种新媒体能完全消除其他媒体。收音机、杂志、电视等仍然继续存在，而不会因为新技术和新媒体的出现而消失。Web当然不是一种可以让我们抛弃以前所有的价值体系的新媒体，但它确实有自己的规则。我们应尽力了解其他媒体的设计概念，并修正它们以适应Web。

1.11 所见即所想

为了综合吸收，需要改写其他设计原则。对于图形用户界面来说，这个原则就是“所见即所得”。设计者把很大一部分精力放在让用户确信他们在屏幕上所见的就是他们将得到的。但对于Web,这一口号并不适合。首先，把屏幕上的一切精确地转移到纸上并不是合适的。在某些情况下，屏幕会有意做得比打印机输出效果简单。用户并不希望一切都精确地显示在屏幕上。其次，Web用户非常希望控制自己的Web体验。用户并不是只想“被授予”别的体验，而是经常希望形成自己的体验。Web站点的个性化正是他们这种想法的主要体现。即使用户正在接受一种被控制的或共同的体验，他们也一定不希望会感受到这一点。用户需要有一种自己在控制Web的体验感受。用户希望引导自己的行为，没有比被迫选择某一路径更让人沮丧。Web的整体体验控制在设计者手中，但在访问站点时，一定要让用户感觉是他们在引导自己的行为。这就产生了以下的Web设计规则。

规则：控制权应该给予或至少看起来给予了用户。

最后的设计准则指出了用户和设计者在控制权上的紧张关系。设计者可能需要控制大局，但应该把用户当作合作伙伴。即使访问者的经历是确定的，也不应该让用户知道。大多数时间内，控制权应移交给用户。实际上，Web上信息量的庞大就确保了用户的控制权。今天的用户不再仅限于批量生产的CD-ROM上的交互信息，相反，用户很容易在网上查找他们不清楚的专题并找到很多与之相关的站点。因为强调用户的意图，“所见即所得”的口号应该修改如下：

口号：所见即所想（WYSIWYW）

“所见即所想”是一个以用户为中心，让用户选择他们自己想要的内容和方式的口号。如果用户想见到一个有关蜂窝电话的站点，就存在一个这样的站点。如果他想打印这个站点，也没什么问题。如果他想通过导向的引擎搜索或直接浏览，也由他们去。很多用户驱动的站点已经明显遵循了“所见即所想”的原则。这个原则的主要问题是缺少一个容易发音的缩写词。撇开精确概念的采纳不谈，并不能保证即使是隐藏在“所见即所想”后面的基本思想在未来的Web设计中仍然会很重。Web并不是会保持不变，革新通常以很快的速度发生。随着时间的改变，这本书中介绍的原则当它们变得限制性太强或不适合于将来的Web环境时，也会受到质疑。

1.12 小结

Web设计是一个主要由四部分组成的多学科问题：内容、形式、功能以及目标。然而，如何确切地组合这些部分却因项目而异，因人而异。好的 Web设计很难定义。其他领域有很多东西值得借鉴，尤其是传统的印刷设计和图形界面设计。然而完全从其他领域借鉴也会产生问题，因为Web是独立的一种媒体。媒体形式的模糊，不可预测的发布环境以及对社会和技术的敏感性产生的极端易变性，使得有关这种媒体的工作极具挑战性。然而，如果设计者一定把用户放在心里，很多严重的设计错误即可避免。进一步说，设计者应该考虑这种媒体的限制以及出现的新规则，而不管用户认为他们想得到的。尽管开发过程极具挑战性，遵循基本的 Web开发方法学则会有很大帮助。下一章就将介绍开发站点应遵循的基本过程。