

Владимир Молочков

Создание сайтов на Tilda

Простое создание сайтов без программирования

Инструменты и возможности конструктора сайтов

Подробная инструкция по созданию лендинга,
«визитки» и многостраничного сайта

Запуск собственного интернет-магазина
и подключение платежных систем

Использование анимации и видео

Внедрение виджетов и форм

Сборка сайта-портфолио из стандартных блоков

Профессиональная работа со шрифтами

Регистрация и подключение домена,
добавление SSL-сертификата

Разработка сложных проектов и сайтов на заказ



Владимир Молочков

Создание сайтов на **Tilda**

Санкт-Петербург
«БХВ-Петербург»
2021

УДК 004.4'236
ББК 32.973.26-018
М75

Молочков В. П.

М75 Создание сайтов на Tilda. Самоучитель. — СПб.: БХВ-Петербург, 2021. — 352 с.: ил. — (Самоучитель)

ISBN 978-5-9775-6777-0

Подробно рассмотрена работа с конструктором сайтов Tilda, позволяющим создавать сайты любой сложности из готовых блоков и шаблонов без программирования. Приведены рекомендации по использованию панели разработчика и советы по оптимальным настройкам. Даны пошаговые инструкции для создания одностраничного сайта-визитки, лендинга, многостраничного сайта, сайта-портфолио и интернет-магазина. Описан принцип работы с Zero Block, рассказано о публикации меню, галереи изображений, об использовании форм и виджетов, добавлении анимации и видео. Рассмотрена работа со шрифтами, регистрация и подключение домена, добавление SSL-сертификата. Отдельное внимание уделено интеграции интернет-магазина с платежными системами. Читатели узнают, как правильно организовать работу над сложными проектами и разрабатывать сайты на заказ.

Для начинающих разработчиков

УДК 004.4'236
ББК 32.973.26-018

Группа подготовки издания:

Руководитель проекта	<i>Павел Шалин</i>
Зав. редакцией	<i>Людмила Гауль</i>
Компьютерная верстка	<i>Натали Смирновой</i>
Оформление обложки	<i>Карины Соловьевой</i>

Подписано в печать 30.04.21.
Формат 70×100^{1/16}. Печать офсетная. Усл. печ. л. 28,38.
Тираж 1000 экз. Заказ № 1043.
"БХВ-Петербург", 191036, Санкт-Петербург, Гончарная ул., 20.
Отпечатано с готового оригинал-макета
ООО "Принт-М", 142300, М.О., г. Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1

ISBN 978-5-9775-6777-0

© ООО "БХВ", 2021
© Оформление. ООО "БХВ-Петербург", 2021

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	13
Почему стоит делать сайты на Tilda?	14
Используемые в книге обозначения	14
От издательства	15
 Часть I. Первые шаги в TILDA	17
 Глава 1. Первое знакомство с Tilda.....	19
Кратко о возможностях Tilda.....	20
Tilda — блочный конструктор сайтов	20
Zero Block	20
Формы	21
Интернет-магазин	21
SEO	21
Публикация сайта в Сети	21
Tilda и WordPress	21
Начало работы на Tilda	22
Пример создания визитки — одной страницы для личного сайта.....	25
Виды сайтов на Tilda	32
Лендинг	32
Многостраничник	32
Интернет-магазин	32
Корпоративный сайт.....	33
Визитка	33
Портфолио	33
Промосайт	33
Блог	33
Лонгрид.....	34
Личный (персональный) сайт	34
Вопросы для самопроверки	34
Задание	34

Глава 2. Интерфейс Tilda.....	35
Интерфейс.....	35
Действия со страницей.....	38
Инструменты для редактирования страницы.....	40
Действия с блоками.....	42
Блоки Шапка (<i>Header</i>) и Подвал (<i>Footer</i>).....	43
Библиотека значков Tilda.....	43
Фавикон и ошибка 404.....	44
Как написать в поддержку?.....	45
Вопросы для самопроверки.....	46
Задание.....	46
 Глава 3. Редактор Zero Block.....	 47
Вызов окна редактора Zero Block.....	47
Пример создания собственной страницы в редакторе Zero Block.....	50
Фон.....	51
Изображение.....	52
Текст.....	55
Анимация текста.....	56
Галерея.....	57
Кнопка.....	59
Линия.....	59
Выравнивание элементов.....	59
Настройка адаптивности в Zero Block.....	61
Вопросы для самопроверки.....	65
Задание.....	65
 Глава 4. Создание меню.....	 66
Пример 1. Одно меню для всех страниц сайта.....	66
Пример 2. Многоуровневое меню.....	68
Пример 3. Меню для перемещения внутри одной страницы.....	70
Пример 4. Меню с переходом на метку.....	71
Способ 1. Ставим якорь.....	72
Способ 2. Используем ID блока.....	73
Вопросы для самопроверки.....	74
Задание.....	74
 Глава 5. Создание сайта портфолио из стандартных блоков.....	 75
Графические форматы для сайтов.....	75
Шаг 1. Выбираем шаблон сайта.....	76
Шаг 2. Текстовый блок.....	78
Шаг 3. Галерея.....	80
Шаг 4. Знакомство с <i>фоторедактором</i> Tilda.....	82
Шаг 5. Создание блока со слайдером.....	84

Шаг 6. Завершаем	85
Добавляем видео с YouTube	87
Вопросы для самопроверки	87
Задание	88

Часть II. Продолжаем и углубляем знакомство с Tilda..... 89

Глава 6. Создание интернет-магазина..... 91

Шаг 1. В шаблон магазина подключаем карточки товаров.....	91
Шаг 2. Добавление товаров в магазин	93
Способ 1. Добавляем товар вручную	93
Способ 2. Добавление товаров через каталог товаров	93
Шаг 3. Работа с корзиной.....	97
Добавление корзины с формой заказа	97
Определение денежных единиц для магазина.....	99
Определение платежной системы для оплаты товара	99
Продажа товаров без корзины	101
Продажа единственного товара или услуги.....	106
Продажа единственного товара через корзину	107
Продажа единственного товара с переходом сразу в платежную систему.....	109
Вопросы для самопроверки	110
Задание	111

Глава 7. Сайт-визитка 112

Создаем страницы сайта.....	112
Бейджик	115
Местонахождение (карта)	116
Виджет для заказа обратного звонка.....	119
Виджет для отправки сообщений.....	122
Страница контактов.....	124
Вопросы для самопроверки	125
Задание	126

Глава 8. Базовые настройки сайтов на Tilda 127

Главная страница сайта	127
Настройка протокола HTTPS.....	128
Настройки страницы.....	130
Раздел <i>Главное</i>	130
Раздел <i>Бейджик</i>	130
Раздел <i>Facebook и SEO</i>	130
Раздел <i>Экспорт</i>	132
Раздел <i>Действия</i>	133

Раздел <i>Дополнительно</i>	133
Раздел <i>Настройки сайта</i>	133
Пункт <i>Главное</i>	133
Пункт <i>Аналитика</i>	133
Пункт <i>SEO</i>	135
Панель веб-мастера	136
Просмотр карты блоков	138
Связка Tilda и WordPress	138
Вопросы для самопроверки	139
Задание	139
 Глава 9. Создание рассылок	140
Зачем же нужна email-рассылка?	140
Пример 1. Создаем рассылку «Приглашение на вебинар»	140
Пример 2. Как регистрироваться в MailChimp?	147
Пример 3. Как подключить сервис UniSender?	152
Вопросы для самопроверки	156
Задание	157
 Глава 10. Лендинг	158
Пример. Делаем обучающий лендинг	158
Шаг 1. Создаем первый экран страницы	158
Шаг 2. Второй экран страницы	161
Шаг 3. Третий экран страницы	162
Шаг 4. Четвертый экран страницы	162
Шаг 5. Подключаем службу Telegram	163
Шаг 6. Активируем кнопку <i>Попробовать бесплатно</i>	166
Вопросы для самопроверки	166
Задание	166
 Глава 11. Многоэкранный сайт с меню	168
Шаг 1. Выбор шаблона, настройка страницы и сайта	168
Шаг 2. Логотип для сайта	168
Шаг 3. Универсальное меню с логотипом по центру	171
Шаг 4. Обложка с одной или двумя кнопками. Якорная ссылка	172
Шаг 5. Список с галочками	173
Шаг 6. Две колонки с четырьмя картинками и текстом	174
Шаг 7. Бриф	174
Заголовок брифа	174
Тело брифа	175
Шаг 8. Колонки с большими значками	175
Шаг 9. Отзывы в две колонки	176
Шаг 10. Форма захвата на фоне изображения	177
Шаг 11. Контакты с заголовком, крупным телефоном и email	178

Шаг 12. Публикация сайта в Сети	178
Вопросы для самопроверки	178
Задание.....	179
 Глава 12. Настройка анимации в блоках	180
Базовая анимация в настройках блоков	180
Анимация в Zero Block	182
Базовая анимация в Zero Block	182
Группа эффектов <i>Animation</i>	183
Группа эффектов <i>Parallax</i>	184
Группа эффектов <i>Fixing</i>	184
Пошаговая анимация в Zero Block	185
Пример. Делаем слайдер и слайд-шоу	188
Слайдер.....	188
Слайд-шоу	190
Вопросы для самопроверки	191
Задание.....	191
 Глава 13. Регистрация домена и подключение его к Tilda	192
Почему владельцу сайта нужно регистрировать домен на свое имя?	193
Покупка (регистрация) домена	193
Подключение домена на REG.RU к Tilda	199
Указание домена в настройках сайта на Tilda	201
Возможные проблемы	202
Заключение	206
Вопросы для самопроверки	208
Задание.....	208
 Глава 14. Шрифты на Tilda.....	209
Шрифт и текст.....	209
Пример. Используем шрифт формата WOFF	213
«Настройка» шрифтов	215
Ошибки шрифтового дизайна и способы их избежать	215
В одном проекте не должно быть очень много шрифтов разных стилей	216
Шрифты должны соответствовать идеям публикаций	218
Шрифтовой контраст.....	218
О цветовой паре «шрифт–фон»	219
Текст на изображении	219
Текст закрывает изображение.....	220
Длинные заголовки	220
Длинный текст	221
Вопросы для самопроверки	222
Задание.....	222

Глава 15. Виджеты: расширяем функциональность Tilda	223
Используем код, который у нас «под рукой»	223
Пример 1. Добавляем счетчик и строку поиска	224
Пример 2. Добавляем HTML-код в тег <code><head></code> сайта и страницы	225
Пример 3. Формы приема данных и опросник (анкета)	228
Пример 4. Календарь	229
Пример 5. Комментарии	231
Вопросы для самопроверки	233
Задание	233
 Глава 16. Добавление и настройка форм на сайте Tilda	 235
Пример настройки формы на прием данных	235
Шаг 1. Настройка полей блока	236
Шаг 2. Текст на кнопке	240
Шаг 3. Выбор сервисов	242
Шаг 4. Настройка внешнего вида формы	243
Вопросы для самопроверки	245
Задание	245
 Глава 17. Создание полноценного многостраничного сайта	 246
Создание трех страниц проекта	247
Шапка и меню сайта	251
Подвал сайта	253
Вопросы для самопроверки	255
Задание	255
 Часть III. Советы новичку	 257
 Глава 18. Самое полезное	 259
Практика	259
Выход на рынок	259
Уверенная работа	260
Этапы работы над сайтом	260
Программы и сервисы	260
Adobe Photoshop	261
Joxi	261
ColorZilla	261
WhatFont	263
Emmet Re:view	263
Figma	265
Векторный фоторедактор	266
Растровый фоторедактор	267

Ресурсы	267
Поиск значков	267
Поиск шрифтов	267
Подбор варианта цветов	267
Библиотека шаблонов	267
Сайты различного оформления	270
Тексты	270
Изображения	270
Копирование Tilda-сайта на диск	272
Вопросы для самопроверки	273
Задание	273

Глава 19. Работа с заказчиками..... 274

Знакомство, обсуждение проекта и заполнение брифа	275
О стоимости работы над проектом.....	277
Об этапах работы над проектом	278
О договоре	279
Об итоговой оплате и переносе сайта на хостинг заказчика.....	279
Вопросы для самопроверки	282
Задание	282

Глава 20. Шрифт и текст в веб-дизайне 283

Классификация шрифтов.....	283
Шрифты с засечками (Serif).....	283
Шрифты без засечек (Sans serif)	284
Шрифты декоративные, или свободного стиля (Decorative).....	285
Символьные шрифты (Symbol).....	285
Форматы шрифтовых файлов	286
Растровый шрифтовой формат (FON)	286
Векторные шрифты	287
Управление шрифтами в ОС Windows.....	287
Текст. Основные атрибуты стиля текста.....	288
Из чего состоят буквы?	288
Серифы (засечки).....	289
Пуансон (очко).....	289
Базовая линия (Baseline).....	289
Гарнитура шрифта (Type family)	289
Начертание (Type face)	291
Размер шрифта. Типометрические единицы	292
Пункт (point или pt)	292
Пика (pica)	292
Цицero	292
Шпация	292
Кегль	293
Пропорции шрифта (ширина символов).....	294
Абзац.....	295

Выключка (выравнивание текста)	296
Емкость и насыщенность шрифта	297
Контрастность шрифта	299
Интерлиньяж	299
Специализированные программы для работы со шрифтами	300
Диспетчер шрифтов Corel Bitstream Font Navigator	301
Советы и рекомендации при работе со шрифтами	303
Цвет шрифта и цвет фона	304
Вопросы для самопроверки	305
Задание	306

Глава 21. Цвет в веб-дизайне: базовые знания о работе с цветом 307

Цветовой спектр	307
Физиология цвета у человека	308
Физика цвета	308
Свет и цвет	309
Понятие цветовой модели	309
Цветовая модель RGB	310
Цветовой круг	310
Холодные и теплые цвета	311
Примеры выбора цветовых комбинаций	311
Глубина цвета	313
Цветовые режимы	313
Bitmap — режим черно-белой графики	313
Grayscale — режим в градациях серого	313
Цвет и фон	314
Цветовая гармония	314
Воздействие цветов на людей	315
Вопросы для самопроверки	318
Задание	319

Глава 22. Правила композиции сайта 320

Что такое веб-дизайн?	320
Композиция в дизайне	321
Средства композиции	321
Пятно	321
Ритм	322
Цвет	323
Количество цветов в изображении	323
Советы по выбору цвета	324
Динамика композиции и направляющие линии	325
Чем ближе — тем главнее	325
Дизайнерские правила создания веб-страниц	326
Слишком большое количество объектов	327
Несоответствие идеи и содержания	327

Негативные ассоциации у зрителя в связи с изображениями на вашем сайте	328
Оступы между объектами	328
Закон контраста.....	330
Закон баланса (уравновешенная композиция).....	331
Правило взгляда и движения	332
Необычное привлекает.....	333
Закон нарушения целого	333
Вопросы для самопроверки	334
Задание.....	334

Часть IV. Приложения 17

Приложение 1. Пример брифа на разработку сайта на платформе Tilda.....	337
-----------------------------------------------------------------------------------	------------

Приложение 2. Поэтапный (поблочный) расчет времени работы над блоками проекта на платформе Tilda (создание лендинга «XYZ»).....	339
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

Приложение 3. Договор № на оказание услуги по созданию продающей страницы (Landing Page).....	341
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

Приложение 4. Словарь веб-мастера	344
------------------------------------------------	------------

Предметный указатель	347
-----------------------------------	------------

Введение

Эта книга рассказывает о технологии создания веб-сайтов с помощью бесплатного онлайн-конструктора Tilda. В настоящее время Tilda является абсолютным лидером на рынке таких конструкторов, позволяющих создавать сайты при помощи мыши из готовых элементов и шаблонов без знания программирования и дизайна.

Психологи утверждают, что у современного человека «клиповое мышление», и блочный подход к созданию сайтов на Tilda как нельзя лучше подходит в качестве модели для такого восприятия информации в нашем стремительном веке.

Книга позволит читателю быстро создать собственный сайт-визитку или «электронную витрину» без необходимости программировать, осваивать сложные CMS¹ или нанимать стороннего разработчика. Конструктор Tilda поможет ему собрать сайт из готовых модулей и выбрать подходящий шаблон оформления.

Практическая значимость книги заключается в том, что она дает возможность обычному пользователю ПК научиться создавать сайты без освоения веб-дизайна и программирования. Она содержит минимум терминологии и значительное количество иллюстраций, демонстрирующих действия пользователя. Издание «заточено» на начинающих пользователей с практически «нулевым» уровнем подготовки, которым нужно срочно создать сайт без финансовых затрат. Это маркетологи, менеджеры, начинающие предприниматели, желающие самостоятельно собрать сайт-визитку или лендинг, а также школьники и студенты, которым необходимо сделать сайт в рамках учебного процесса.

Книга может быть использована как учебное пособие в курсе «Проектирование и разработка веб-приложений» профессионального модуля: ПМ.09 «Проектирование, разработка и оптимизация веб-приложений», код специальности: 09.02.07 «Информационные системы и программирование», квалификация: «Разработчик веб- и мультимедийных приложений».

Книга состоит из трех частей и 22 глав, последовательно и на подробных примерах освещающих весь путь создания веб-приложений с использованием блочного конструктора сайтов Tilda, а также трех приложений с примерами документов, подлежащих обсуждению между разработчиком сайта и его заказчиком. Завершает книгу приложение, содержащее «Словарь веб-мастера» (гlossарий по Tilda).

¹ CMS (Content Management System) — система управления контентом (содержимым).

ЭЛЕКТРОННЫЙ АРХИВ

Ряд иллюстраций книги удобнее рассматривать в цветном формате, однако по понятным причинам в тексте книги они представлены в черно-белом варианте. Тем не менее наиболее важные для понимания материала книги иллюстрации в цвете продублированы в файле *Цвет.pdf*, ZIP-архив с которым можно скачать с FTP-сервера издательства «БХВ» по ссылке <ftp://ftp.bhv.ru/97859775-67770.zip>, а также со страницы книги на сайте <https://bhv.ru/>.

Почему стоит делать сайты на Tilda?

Поклонники Tilda считают, что мир изменился и классическая верстка сайтов постепенно уходит в прошлое. В этом есть резон, если требуется запустить сайт быстро и без особых знаний в области программирования и дизайна. И хотя конструкторов сайтов довольно много, однако разработчики Tilda все же считают своим главным конкурентом не другие конструкторы, а систему управления сайтом WordPress. Преимущества Tilda над другими способами создания сайтов таковы:

- ♦ малые сроки (2–3 недели), затрачиваемые на разработку и запуск сайта;
- ♦ Tilda — блочный конструктор, в котором блоки адаптированы, многократно проверены и отлажены специалистами. Поэтому в Tilda нет багов. По этой же причине сайты на Tilda хорошо продвигаются и наращивают ссылочную массу. На жаргоне веб-разработчиков — они хорошо сеошатся (от SEO, Search Engine Optimization — продвижение, оптимизация, раскрутка сайта);

НОВЫЙ ТЕРМИН

Слово «баг» заимствовано из английского языка (bug в переводе означает «насекомое»). Это жаргонное слово принято понимать в среде компьютерщиков в значении «ошибка, неполадка, сбой», и на сленге программистов оно используется для обозначения мелких ошибок в компьютерных программах, приводящих к их некорректной работе.

- ♦ сайт на Tilda делает один человек — он и разработчик, и дизайнер, и верстальщик. В классической веб-верстке могут присутствовать нестыковки в работе этих звеньев (из-за того, что на разных этапах подготовки сайта им занимаются разные люди), но в Tilda они полностью исключены;
- ♦ сайты на Tilda гибкие, то есть позволяют быстро делать их правку и доработку;
- ♦ Tilda пригодна для создания всех видов сайтов, то есть может закрыть все потребности заказчиков.

Используемые в книге обозначения

В книге можно встретить элементы оформления и обозначения, смысл которых пояснен далее. Так, например, выражение «Выполните команду Действия | Передать сайт» означает, что нужно открыть меню Действия и в этом меню выбрать команду Передать сайт.

Если в тексте встречаются два обозначения клавиш, между которыми стоит знак плюс (например: <Shift>+<F10>), то это означает, что сначала нажимают и удерживают первую клавишу, затем нажимают вторую, после чего отпускают обе.

Когда используется термин «перетаскивание» (буксировка), то подразумевается удержание нажатой левой кнопки мыши при перемещении ее курсора.

В книге есть множество особых вставок. В них содержится дополнительная информация, облегчающая чтение и поиск информации.

СОВЕТ

Советы акцентируют ваше внимание на той информации, которая может быть полезной. Советы иногда могут быть даны в виде алгоритма — последовательности операций, которую нужно выполнить, чтобы получить желаемый результат.

ПРИМЕЧАНИЕ

Примечания (Замечания) — это подсказки, сообщающие о том, как можно быстрее и эффективнее выполнить ту или иную работу. Некоторые из них помогут в решении типичных проблем и подскажут выход из затруднительных ситуаций.

ВНИМАНИЕ

Вставка такого предупреждения в текст книги указывает на опасность, связанную с теми или иными ошибочными действиями, особенно если они могут привести к отрицательным результатам вашей работы.

НОВЫЙ ТЕРМИН

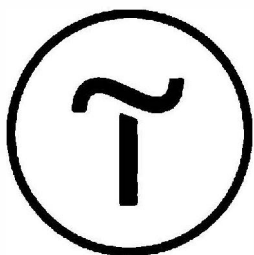
В книге использовано много специфических терминов, которые читатель встречает впервые. Они разъясняются при первом своем появлении в тексте. В конце книги все специальные термины сведены в глоссарий (словарь) по теме книги.

От издательства

Ваши замечания, предложения, вопросы отправляйте по адресу электронной почты издательства компьютерной литературы «БХВ»: **mail@bhv.ru**.

Мы будем рады узнать ваше мнение!

Подробную информацию о книгах издательства «БХВ» вы найдете на его веб-сайте **<https://bhv.ru/>**.



Часть I

Первые шаги в Tilda

Глава 1. Первое знакомство с Tilda

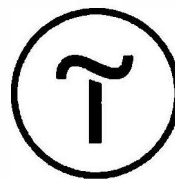
Глава 2. Интерфейс Tilda

Глава 3. Редактор Zero Block

Глава 4. Создание меню

Глава 5. Создание сайта портфолио из стандартных блоков

ГЛАВА 1



Первое знакомство с Tilda

Создание сайтов на HTML, CSS, PHP и Javascript — долгий и трудоемкий процесс. И чтобы обойти эти сложности, дизайнер Никита Обухов (рис. Ц-1.1) организовал онлайн-сервис Tilda Publishing, позволяющий создавать сайты быстро и без знания веб-программирования. С помощью блочного конструктора сайтов Tilda можно реализовывать лендинги, интернет-магазины и другие виды сайтов, которые на платформе Tilda Publishing автоматически адаптируются под любые мобильные устройства. Онлайн-сервис Tilda Publishing дает вам возможность не только использовать для сайтов готовые блоки, но и с помощью редактора Zero Block проектировать свои собственные (ваши авторские) блоки. Любому пользователю ПК не сложно освоить этот сервис благодаря его простому и понятному интерфейсу, а также очень удобной справочной системе на русском языке.

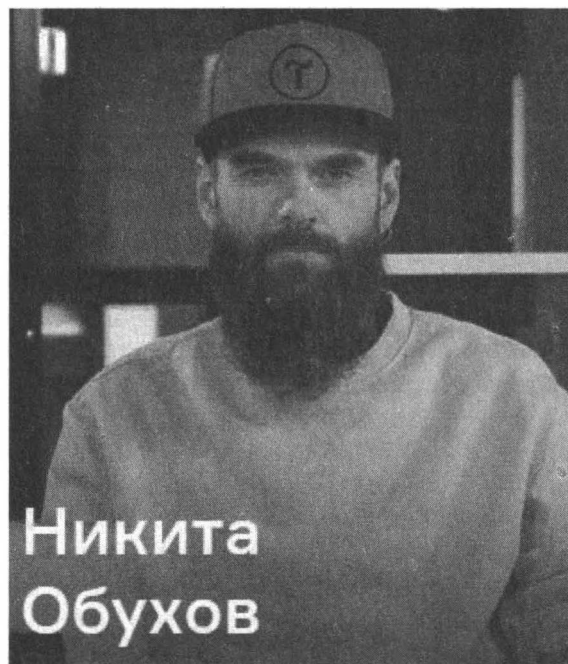


Рис. Ц-1.1. Никита Обухов — основатель Tilda Publishing, арт-директор Tilda

Кратко о возможностях Tilda

Конструктор по созданию сайтов Tilda имеет множество плюсов:

- ◆ легкий, интуитивно понятный интерфейс;
- ◆ удобные настройки для создания и редактирования сайта;
- ◆ интеграция с другими сервисами — например, с множеством платежных систем;
- ◆ наличие встроенного редактора Zero Block;
- ◆ автоматическая адаптация блоков под мобильные устройства;
- ◆ SEO-оптимизация сайтов, созданных на Tilda;
- ◆ возможность создания интернет-магазина;
- ◆ отличный подбор ответов на часто задаваемые вопросы (FAQ) и служба поддержки для новичков;

и др.

В этом мире нет ничего идеального, и Tilda — не исключение. Прежде всего, Tilda — закрытая, монополярная онлайн-платформа. И если говорить о Tilda на совсем простом, тривиальном языке, то это сервис не для крутых профессионалов, а, скорее, для рядовых пользователей ПК (для новичков в веб-дизайне). Представьте, что вам нужно быстро поесть, а времени варить суп у вас нет. Тогда вы используете что-либо быстрого приготовления — например, бутерброд. Так вот, суп — это, например, WordPress, а бутерброд — это Tilda. Теперь давайте поговорим о Tilda более подробно.

Tilda — блочный конструктор сайтов

Блоки — основа Tilda. К 2021 году в библиотеке блочного редактора накопилось примерно 500 блоков, связанных с 30 темами (категориями) сайтов, и примерно 200 шаблонов для разных видов бизнеса. В каждом блоке уже имеются текст и изображения, которые вы должны заменить своим содержимым. Все блоки из библиотеки изначально адаптивны. Это значит, что они правильно отображаются на экранах планшетов, телефонов и компьютеров (контент автоматически подстраивается под размеры экранов мобильных устройств).

Zero Block

Если вы не хотите использовать готовые блоки, то в редакторе Zero Block, входящем в Tilda, можно создать свой собственный блок с уникальным дизайном. При желании с помощью анимации в Zero Block вы сможете заставить элементы двигаться. Но анимацией не стоит злоупотреблять. Лучше ее использовать, чтобы привлечь внимание только к самым важным элементам сайта, то есть сделать на них акценты.

Формы

Форма заявки — один из способов превратить посетителей сайта в ваших клиентов. В библиотеке Tilda каждая форма сделана так, что ее легко изменить. Для работы с заявками клиентов в Tilda есть специальный инструмент — Tilda CRM.

Интернет-магазин

В Tilda вы можете сделать интернет-магазин. В программе для этого имеются блоки с карточками товаров и корзиной покупателя. Для онлайн-платежей можно добавить 13 платежных систем: Яндекс.Кассу, Робокассу, PayPal и др.

SEO

В Tilda можно оптимизировать сайт для поисковых систем: добавить к сайту заголовков и описание, атрибуты (alt) к изображениям и т. п.

Публикация сайта в Сети

Для изучения сервиса вы можете 14 дней работать в нем бесплатно, а также бесплатно опубликовать свой учебный сайт на домене третьего уровня. При желании можно купить у регистраторов домен, а при оплате тарифа Personal или Business на год вы получите домен в подарок (бесплатно).

Tilda и WordPress

Все познается в сравнении. Давайте сравним Tilda и WordPress:

- ◆ на Tilda проще, чем на WordPress, создать сайт и управлять им. Возможность очень быстро сделать работающий в Сети сайт — главное достоинство «Тильды». И хотя Tilda имеет меньший функционал по сравнению с WordPress — это не проблема. Далеко не всем пользователям он и нужен;
- ◆ Tilda — сервис платный, хостинг и домен не самые дешевые. За персональный доступ к Tilda в режиме полных возможностей необходимо заплатить 6 тыс. рублей в год. Для тех, кого это не устраивает, есть альтернатива — бесплатный WordPress. Однако владельцу сайта WordPress также нужно платить за хостинг и доменное имя (с правом выбора оных);
- ◆ заказчик должен понимать, что при создании сайта стоимостью 6 тыс. рублей за 6 дней проект создается на шаблоне, в котором могут оставаться различные ненужные элементы типа "Made on Tilda". В WordPress подобную надпись легко удалить. В Tilda же удалить такую надпись возможно только на самом дорогом тарифе;
- ◆ сохранить созданный вами сайт на диск на персональном тарифе нельзя. А в WordPress — можно (и бесплатно);

- ♦ если вам нужен одностраничный сайт (лендинг) или сайт-визитка с портфолио и вашими контактными данными, то работать с Tilda — простой и наилучший вариант. WordPress в этом проигрывает;
- ♦ все шаблоны в Tilda одностраничные. На них неудобно создавать масштабные сайты (порталы) со сложными и многоуровневыми меню. Пользователям WordPress доступно бесплатно большое количество шаблонов (и плагинов), и большие многостраничные сайты создавать на WordPress можно. Зато Tilda привлекает простотой редактирования шаблонов, и с этим справится любой неподготовленный пользователь. А вот для редактирования шаблонов в WordPress нужны специальные знания (подготовка);
- ♦ в Tilda за внешней простотой скрываются огромные возможности, но их можно еще увеличить, используя сторонние сервисы и виджеты. Эта возможность есть и у WordPress. Обе программы стремительно развиваются. Этим они привлекают одинаково.

Начало работы на Tilda

Регистрируемся здесь: <https://tilda.cc/ru/> или здесь <https://tilda.cc/registration/>. После регистрации можем войти в сервис и увидеть стартовое окно для запуска Tilda (рис. 1.2).

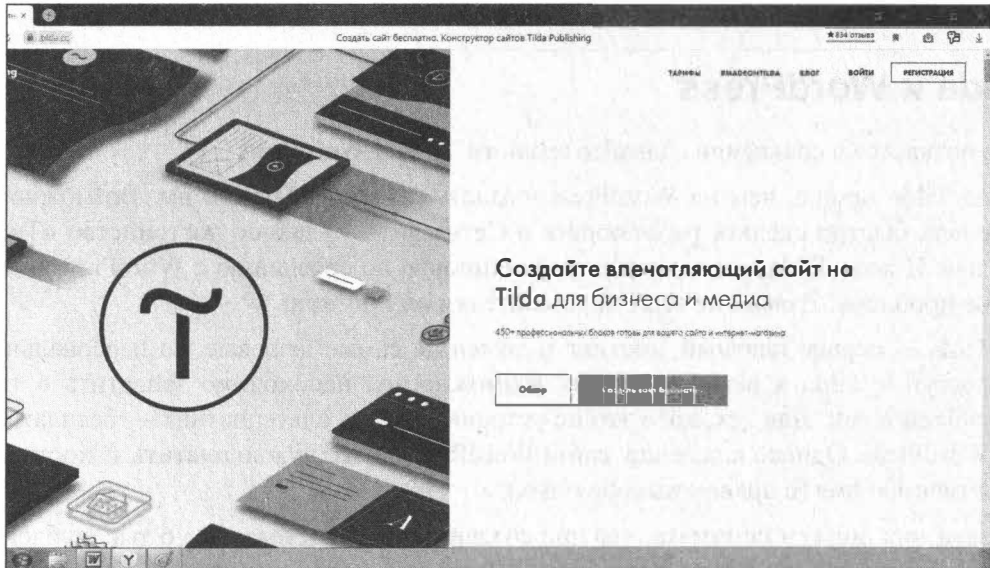


Рис. 1.2. Стартовое окно Tilda

После нажатия на кнопку **Создать сайт бесплатно** откроется окно **Тарифы и оплата** (рис. 1.3). Как можно видеть, мы выбрали тарифный план **Tilda Personal** (о нем подробно будет рассказано далее). Можно здесь выбрать и вариант **Free** — бесплатный тариф на пробный период использования программы (2 недели).

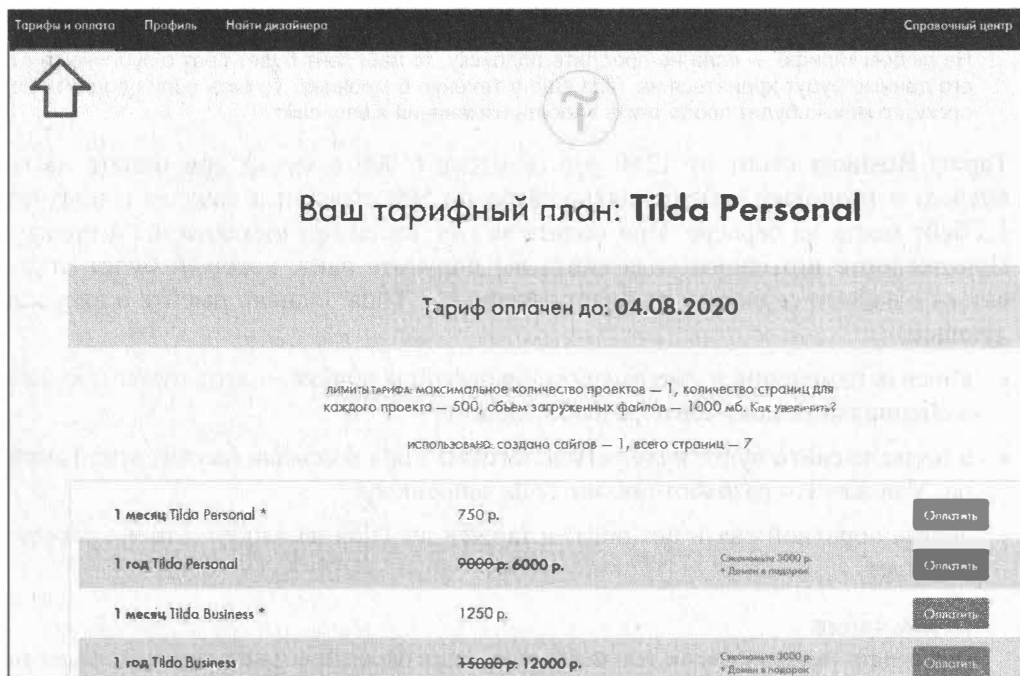


Рис. 1.3. Окно Тарифы и оплата

- ♦ Тариф **Free** позволяет создать и опубликовать бесплатно один сайт до 50 страниц и весом до 50 Мбайт. Это дает дизайнеру возможность сделать такой сайт на бесплатном тарифе, а затем передать его на оплаченный заказчиком тариф Tilda. Как уже отмечалось, бесплатно можно пользоваться Tilda только две недели.

ПРИМЕЧАНИЕ

Полноценный сайт можно делать лишь на платных тарифах. Бесплатный тариф подходит для знакомства с программой, но создать полноценно работающий сайт с его помощью вряд ли получится. Дело в том, что на таком тарифе доступны не все блоки. Так, например, на бесплатном плане не будет работать собственный домен, поскольку это платная опция, не будет и доступа к панели веб-мастера (в этой панели можно увидеть ошибки в SEO-оптимизации). Форма обратной связи на бесплатном плане работает частично — то есть заявки можно просматривать в личном кабинете Tilda, а не получать на свой почтовый ящик. Есть и другие ограничения.

- ♦ Тариф **Personal** стоит 750 руб. в месяц при оплате помесечно (500 руб. в месяц при оплате на год) и позволяет создать один сайт, используя все возможности платформы Tilda. При оплате за год домен предоставляется в подарок (бесплатно). Возможности тарифа Personal: 1 сайт, 500 страниц, 1 Гбайт места на сервере, возможность подключения своего домена (но если нет ежемесячной оплаты тарифа Personal — нет и привязки к домену). В год тариф Personal обойдется в 6 тыс. рублей. Заметим попутно, что в подвале сайта будет находиться логотип Tilda с кликабельным переходом на сайт конструктора и убрать его можно только при оплате за год сразу.

ПРИМЕЧАНИЕ

На любом тарифе — если не продлить подписку, то ваш сайт будет снят с публикации. Но его данные будут храниться на Tilda еще в течение 6 месяцев. То есть если продлить подписку, то можно будет продолжить вносить изменения в ваш сайт.

- ♦ Тариф **Business** стоит от 1250 руб. в месяц (1000 в месяц при оплате на год вперед) и позволяет создать пять сайтов по 500 страниц в каждом и получить 1 Гбайт места на сервере. При оплате за год домен предоставляется в подарок. При экспорте исходного кода сайта вы получите сайт, который будет открываться с вашего сервера и не будет зависить от Tilda. Однако имейте в виду следующее:

- вносить изменения в уже выгруженные файлы нельзя — этот пункт прописан в специальном документе разработчиками;
- в подвале сайта будет находиться логотип Tilda и ссылка на сайт конструктора. Удалять это разработчиками Tilda запрещено;
- форма обратной связи без оплаты тарифа на Tilda на вашем домене работать не будет.

ПРИМЕЧАНИЕ

При оплате тарифа Personal или Business на год в настройках сайта появляется дополнительная опция отключения лейбла "Made on Tilda", который по умолчанию установлен на всех страницах.



Рис. 1.4. Пример создания партнерской ссылки через «ВКонтакте»

Для знакомства с программой мы активируем тариф **Free** (временно бесплатный тариф). Кстати, сервис **Tilda Publishing** представляет несколько интересных подарков для любителей «халявы». Так, например, если страницу **Тарифы и оплата**

прокрутить вниз, то можно увидеть ссылку **Партнерская программа**. Суть этого предложения в том, чтобы вы предложили работу на Tilda своим друзьям (рис. 1.4) и получили за это месяц бесплатной работы на Tilda (если они идею поддержат).

Пример создания визитки — одной страницы для личного сайта

НОВЫЙ ТЕРМИН

Сайты-визитки — небольшие сайты из 4–8 страниц (бывают даже в один экран). Разработка такого сайта занимает от 2 до 5 дней. Возможности Tilda при этом подходят для любых компаний.

После регистрации войдите на онлайн-сервис Tilda и активируйте 2 недели бесплатно на тарифе **Personal** (рис. 1.5).



Рис. 1.5. После авторизации попадаем сюда

Мы можем начать работу с создания нового сайта (рис. 1.6) или с создания новой страницы (рис. 1.7).

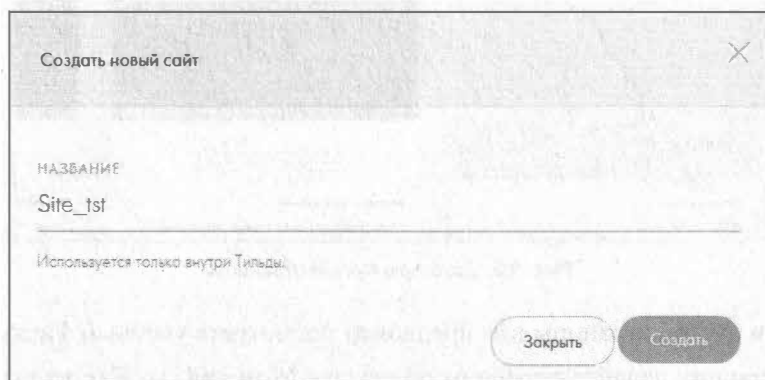


Рис. 1.6. Окно Создать новый сайт

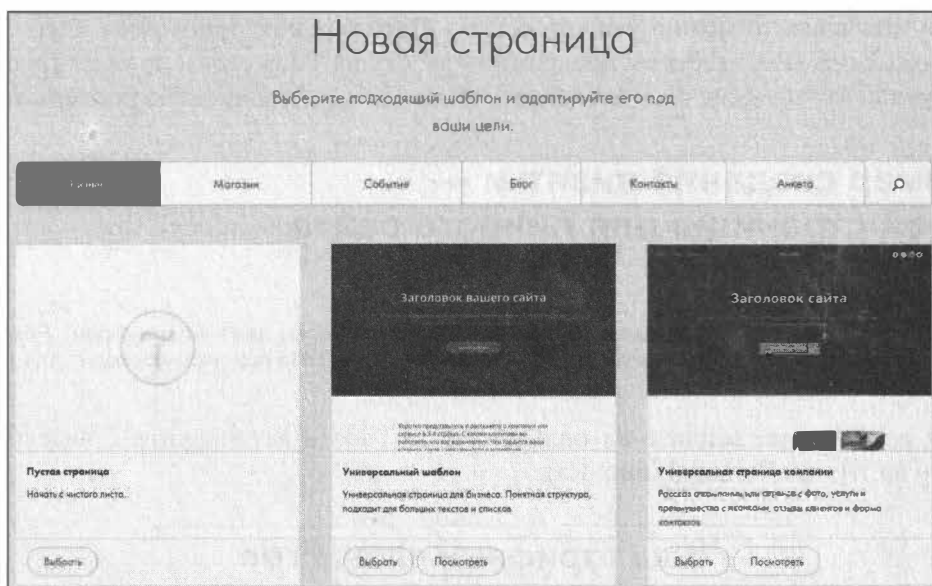


Рис. 1.7. Окно Новая страница

Создание и редактирование одностраничного сайта мы начнем с пустой страницы, для чего создадим пустую страницу командой **Новая страница | Пустая страница** (рис. 1.8).

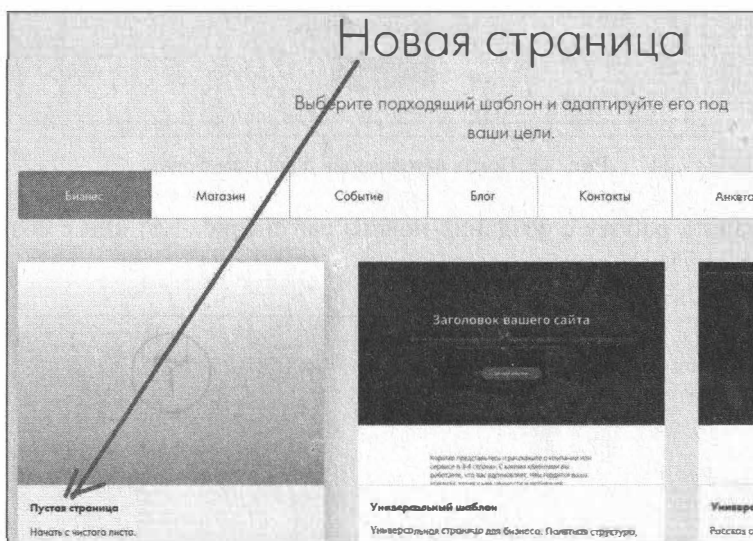


Рис. 1.8. Создание пустой страницы

При создании пустой страницы вам предложат посмотреть учебный фильм (рис. 1.9). Просмотрев ролик, давайте перейдем по ссылке **Мои сайты**. Как видите, у вас теперь есть **Blank page**, что переводится как «пустая страница» (рис. 1.10).

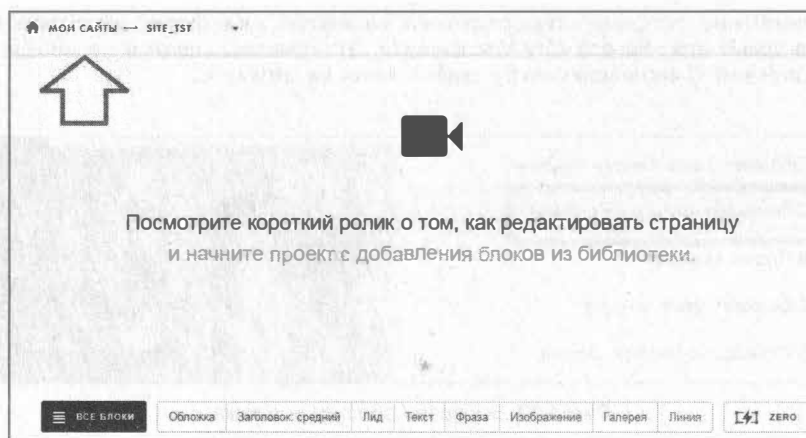


Рис. 1.9. Окно с предложением посмотреть учебный фильм

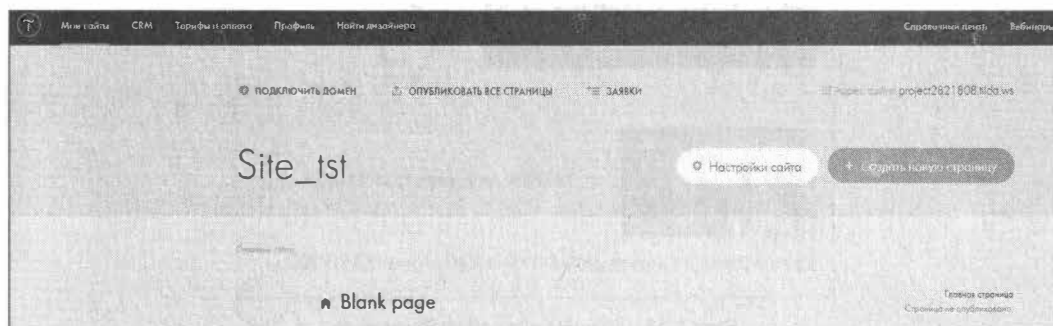


Рис. 1.10. Пустая страница создана

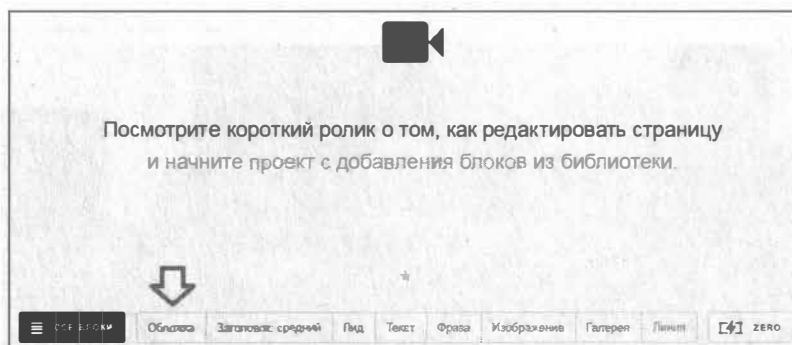


Рис. 1.11. Кнопка для вызова списка обложек

ПРИМЕЧАНИЕ

Поясним, почему российские разработчики Tilda активно используют в этом сервисе английский язык и пишут местами не **Пустая страница**, а **Blank page**. Дело в том, что многие термины в современной веб-разработке лишь приблизительно переводятся на русский язык. Впрочем, как и обратно — с русского на английский точно перевести иногда очень

проблематично. Например, переведите на английский язык фразу: «Вот тебе, бабушка, и Юрьев день!» или «Не все коту Масленица!». Это примеры сложных переводов с русского на английский. С английского на русский — такая же ситуация.

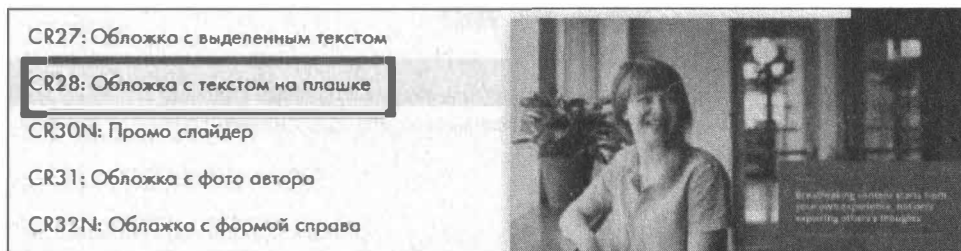


Рис. 1.12. Выбираем обложку из списка



Рис. 1.13. Отыщем нужное изображение

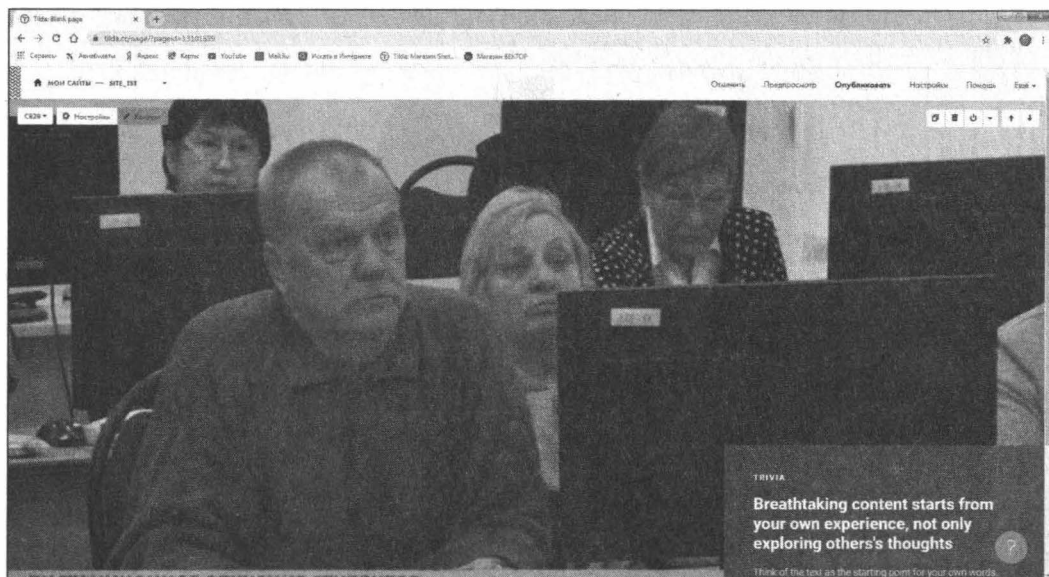


Рис. 1.14. Загружаем свое изображение для обложки

Создание одной страницы для сайта-визитки мы начнем с выбора какой-либо обложки: перейдем по ссылке **Обложка** (рис. 1.11) и возьмем, например, вариант **CR28** (рис. 1.12).

Чаще всего обложка содержит фоновое изображение, которое мы заменим на свое. Для этого выполним команду **Контент | Загрузить файл** и загрузим нужное нам изображение, которое послужит фоном для нашего сайта-визитки (рис. 1.13), после чего выполним команду **Сохранить и закрыть** (рис. 1.14).

Чтобы сайты загружались быстро, нужно оптимизировать изображения, то есть уменьшать их вес, стараясь при этом сохранять приемлемое качество фотографий. Разработчики Tilda рекомендуют использовать для фона такие изображения:

- ♦ формат: jpg;
- ♦ размер по ширине: 1680 px;
- ♦ разрешение: 72 dpi;
- ♦ цветовая модель: RGB;
- ♦ степень сжатия: 10.

Если ваше изображение существенно отличается от оптимального, то его нужно заранее подготовить (сжать) в Adobe Photoshop или в аналогичном графическом редакторе, или, например, с помощью онлайн-сервиса TinyPNG (<https://tinypng.ru> или <https://tinypng.com/>). Давайте посмотрим, как можно оптимизировать наш фон, воспользовавшись услугами этого сервиса (рис. 1.15).

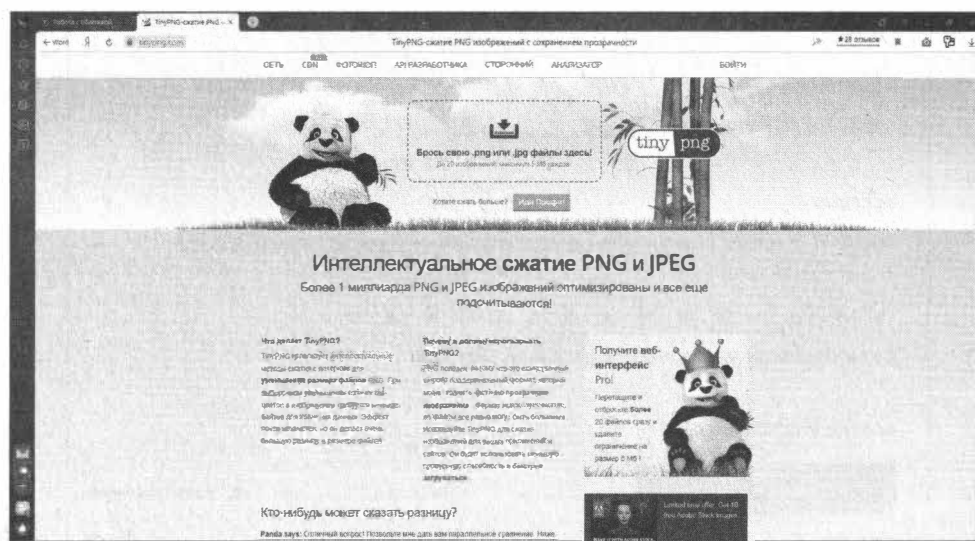


Рис. 1.15. Главное окно сервиса TinyPNG

Как можно видеть на рис. 1.16, исходное изображение имело объем 183 Кбайт, а оптимизированное — уже 59 Кбайт. То есть в нашем случае мы сократили его объем на 124 Кбайт, причем качество фотографии визуально не изменилось.

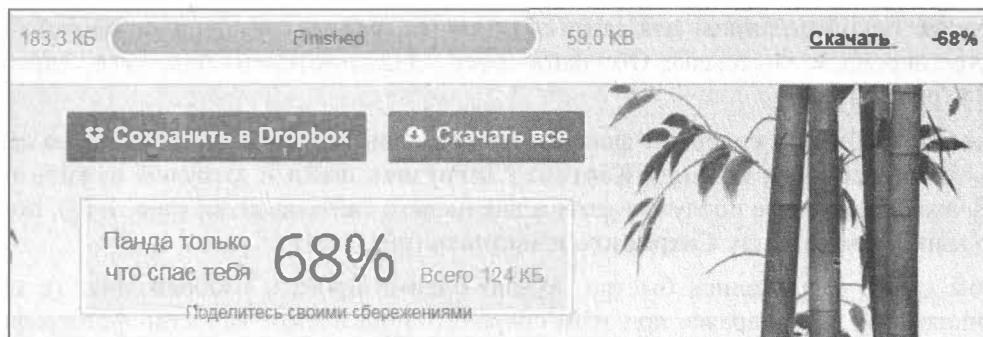


Рис. 1.16. Наше изображение после сжатия потеряло 68%

СОВЕТ

Изображения для сайта можно найти на фотостоках, распространяющих картинки по лицензии Creative Commons Zero, — то есть каждое изображение освобождено от ограничений авторского права и его можно как угодно использовать и изменять, в том числе в коммерческих целях. Вот пример такого ресурса с качественными бесплатными изображениями: <https://unsplash.com/>.

Теперь давайте снова войдем в **Контент** и отредактируем текст на обложке (рис. 1.17).

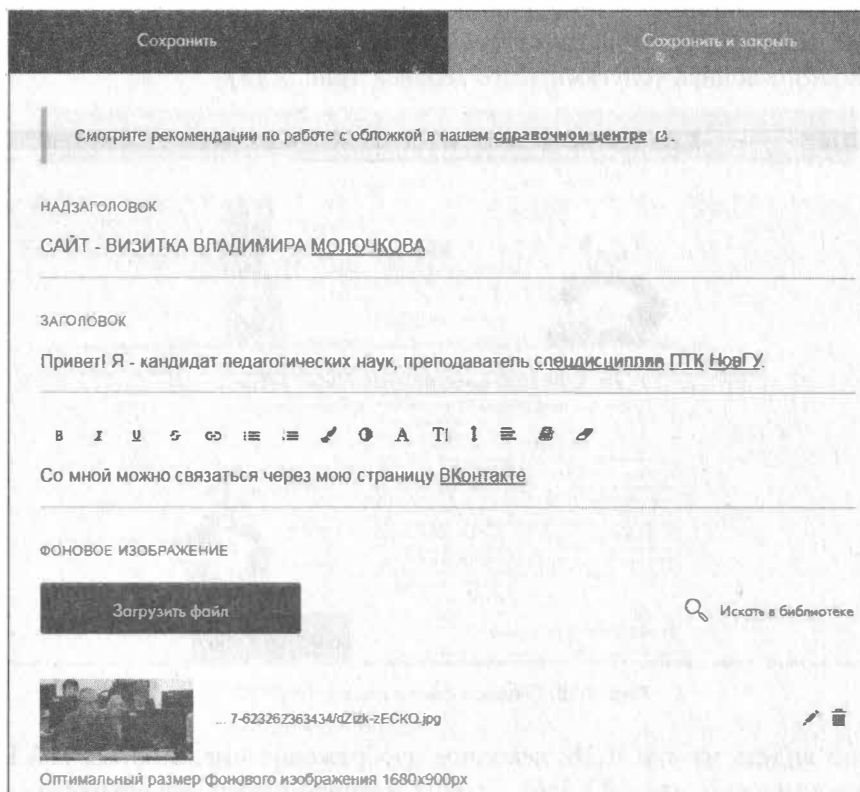


Рис. 1.17. Меняем текст шаблона на свой

Часть текста мы сделаем ссылкой и при этом изменим цвет шрифта для такой ссылки. Инструмент для создания ссылки показан на рис. Ц-1.18.

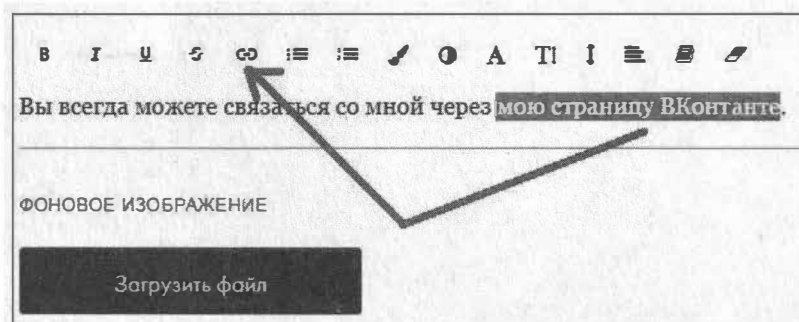


Рис. Ц-1.18. Пиктограммы для создания ссылки

Обратите внимание на то, что задействованный нами флажок откроет ссылку в новом окне, а цвет ссылки пришлось сделать нестандартным (зеленым), чтобы она не потерялась на синем фоне (рис. Ц-1.19). Результат нашей работы приведен на рис. Ц-1.20.



Рис. Ц-1.19. Окно Вставить ссылку



Рис. 1.20. Одна страница для сайта-визитки готова: изображение оптимизировано, английский шаблонный текст заменен на нужный нам русский

Виды сайтов на Tilda

Классификация веб-сайтов осуществляется по многим признакам: дизайну, назначению, функциональным возможностям и другим критериям и, строго говоря, всегда является условной и неполной. Tilda — универсальная платформа, позволяющая делать сайты разных видов.

Лендинг

Лендинг — одностраничный проект для рекламы какого-либо продукта. Содержит некую информацию о товаре или услуге и позыв к оформлению заказа. Цель лендинга — активировать пользователя сайта к совершению покупки. Лендинг, в отличие от интернет-магазина, заточен на один товар (услугу) — например, купить сим-карту от МТС или оформить кредит. Лендинги на услуги содержат сведения о предоставляемых услугах: юридических, парикмахерских, репетиторских, клининговых и т. д. На них размещают форму заказа (заявки), номера телефонов и другие контактные данные. К лендингам, например, можно отнести сайты с информацией о различных курсах, ведь цель таких сайтов — познакомить пользователя с темой и подтолкнуть его к покупке курса или оформлению заявки.

Многостраничник

На Tilda можно сделать многостраничный сайт до 500 страниц: информационный, новостной, блог — на любую тему.

Интернет-магазин

Интернет-магазин представляет собой сайт, предназначенный для продажи различных товаров. Он содержит каталог, корзину для товаров и предоставляет возмож-

ность выбора способа оплаты. Такой сайт круглосуточно доступен, и затраты хозяина на него существенно меньше, чем в реальном магазине. В Tilda есть все инструменты для организации интернет-магазина: каталог и карточки товаров, корзина, интеграция с сервисами онлайн-оплаты и др.

Корпоративный сайт

Корпоративный сайт — проект, назначением которого является предоставление сведений о компании, ее товарах или услугах. Он информирует клиента о направлении бизнеса компании и преимуществах обращения именно в эту фирму (организацию). От сайта-визитки корпоративный сайт отличается более сложным функционалом (калькуляторы, различные сервисы и др.). Такой проект является лицом компании, информация на нем должна быть обновляемой. Подобные большие проекты — например, корпоративный сайт строительной компании, — иногда называют *порталами*.

Визитка

Сайт-визитка — это обычно небольшой сайт (в отличие от корпоративных), содержащий разделы: «О компании», «Продукция» или «Услуги», «Прайс-лист», «Контакты». Это проекты для маленьких компаний или частных лиц, желающих разместить в Интернете информацию о себе и своих услугах.

Портфолио

Портфолио — это галерея работ, например фотографа или художника. Она создается, чтобы показать их опыт и мастерство. Такие сайты отличаются нестандартным дизайном в Z-блоках Tilda и анимацией, что позволяет привлечь внимание пользователей и находить новых клиентов.

Промосайт

Промосайт — это ресурс, созданный на время проведения рекламной кампании или акции с целью продвижения какого-либо нового вида продукта или услуги. Примером может служить промосайт хлебопекарной компании, рекламирующий фирменный сувенирный пряник. Такой сайт обычно содержит фото- и видеоматериалы для эффективной рекламы отдельного товара или услуги.

Блог

Блог представляет собой ленту постов, где пользователи могут оставлять комментарии и участвовать в дискуссиях. Блоги бывают авторские (рассказ о своем хобби, размышления о различных событиях) или групповые (созданные группой единомышленников и посвященные, например, диабету, рыбалке, охоте и пр.). По сути, блоги очень похожи на группы в соцсетях.

Лонгрид

Лонгрид — сайт с большим количеством текста, разбитого на части с помощью изображений, фото и видео.

Личный (персональный) сайт

При создании персонального сайта автор хочет рассказать о себе (кто он, чем занимается). Такой сайт на Tilda вы сможете дополнить различными скриптами и виджетами — например, вставить календарь событий или рассылку. Это может быть сайт о мероприятиях (свадьба, юбилей, спортивный марафон).

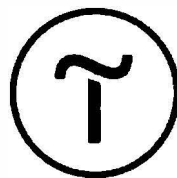
Вопросы для самопроверки

- ◆ Что такое Tilda?
- ◆ Кто автор программы?
- ◆ Назовите достоинства и недостатки Tilda.
- ◆ Что лучше: Tilda или WordPress?
- ◆ Какой тариф вы бы выбрали? Почему?
- ◆ «Партнерская программа». В чем суть?
- ◆ Почему российские разработчики Tilda активно используют в этом сервисе английский язык?
- ◆ Каково назначение онлайн-сервиса TinyPNG?
- ◆ Какая польза веб-дизайнеру от сайта <https://unsplash.com/>?

Задание

Сделайте учебный сайт-визитку в один экран с обложкой на основе своего изображения по образцу примера, описанного в этой главе.

ГЛАВА 2



Интерфейс Tilda

Итак, Tilda — современный платный конструктор сайтов. Давайте теперь поговорим о терминах, принятых в интерфейсе Tilda, о работе со страницами и блоками и продолжим работу с одностраничником, начатым нами в *главе 1*.

Интерфейс

На рис. 2.1 показана панель управления сайтами. Поскольку интерфейс окна организован на русском языке, то в комментариях здесь нуждаются лишь отдельные его пункты.

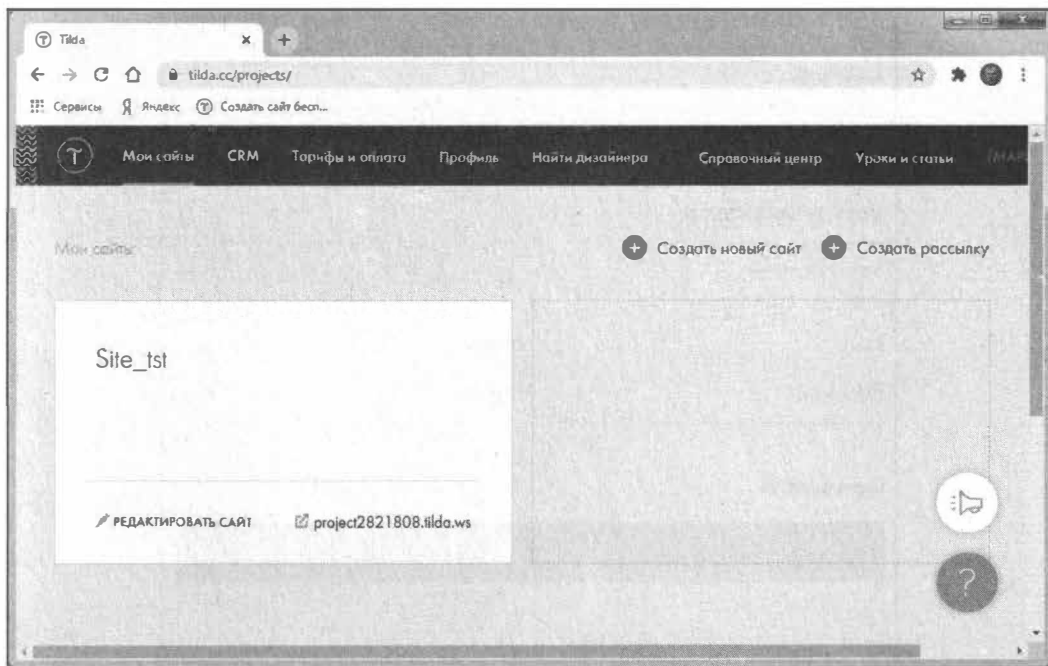


Рис. 2.1. Окно панели управления сайтами

НОВЫЙ ТЕРМИН

CRM (Customer Relationship Management) — система работы с заявками клиентов (рис. 2.2). Использование CRM автоматизирует и повышает процесс продаж.



Рис. 2.2. Tilda CRM

Выбор пункта **Профиль** открывает окно (рис. 2.3), где вы можете ввести свои данные: имя, почту, язык интерфейса Tilda и пароль. Здесь же находится ссылка **Партнерская программа**, о которой мы уже говорили ранее (в *главе I*).

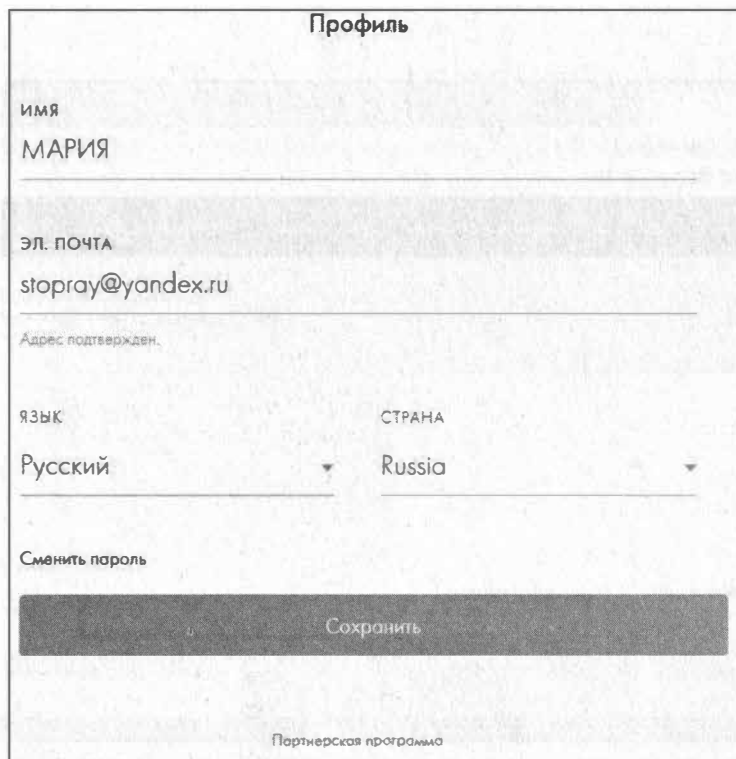


Рис. 2.3. Окно Профиль

Пункт **Найти дизайнера** позволяет заполнить *бриф* и найти дизайнера, работающего на Tilda. На ваш запрос могут откликнуться более 1000 экспертов, которые хорошо знают эту платформу и делают сайты на заказ.

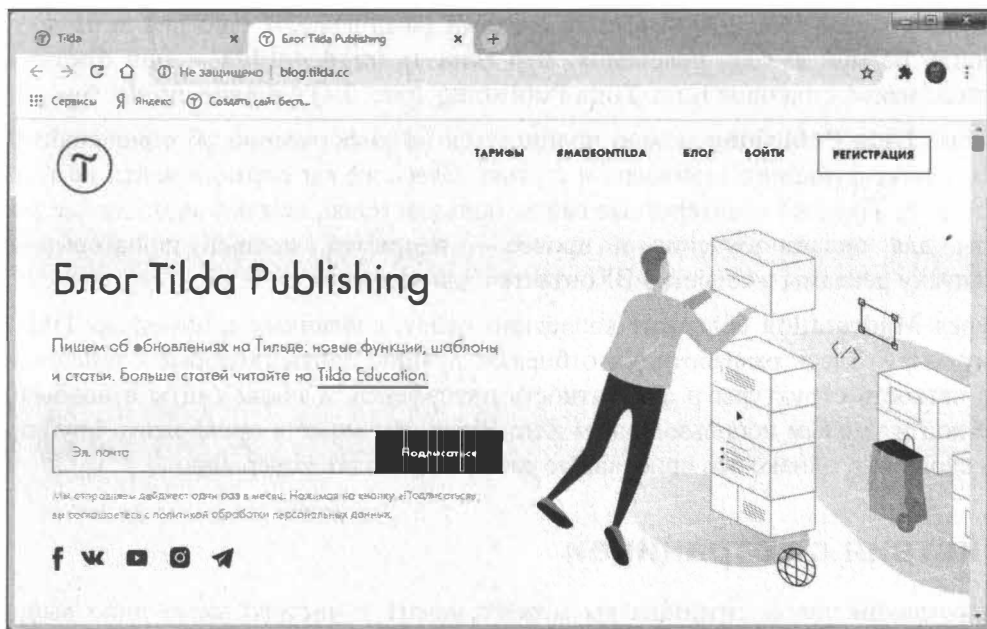


Рис. 2.4. Окно Блог Tilda Publishing

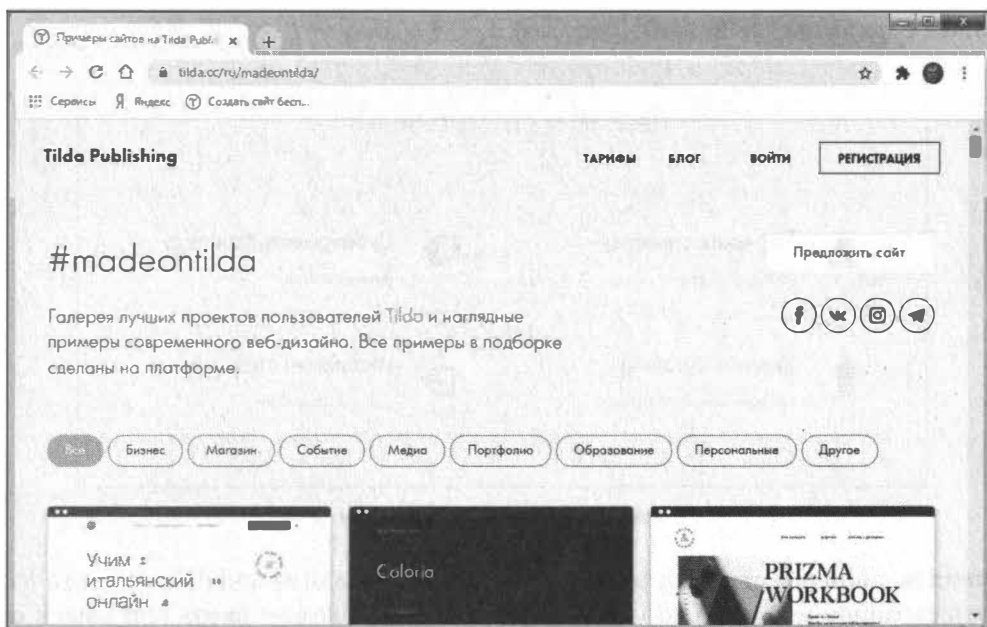


Рис. 2.5. Окно #madeontilda

НОВЫЙ ТЕРМИН

Бриф (от англ. brief — инструкция) — письменная форма согласия между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего сайта (веб-проекта).

В нижней части панели управления сайтами расположены еще два пункта, требующие, на мой взгляд, пояснения. Это **Блог** и **#madeontilda** — они открывают соответственно страницы **Блог Tilda Publishing** (рис. 2.4) и **#madeontilda** (рис. 2.5).

В блоге **Tilda Publishing** можно подписаться на информацию об обновлениях на Tilda: новых функциях, шаблонах и статьях. Здесь же вы сможете найти не только новости от Tilda, но и интересные сайты пользователей, ссылки на полезные материалы для онлайн-обучения и прочее — например, полный пошаговый гид по запуску рекламы в соцсети «ВКонтакте» для новичков.

Галерея **Madeontilda** содержит коллекции работ, сделанных с помощью Tilda по всему миру. Здесь разработчики отбирают лучшие сайты, которые совмещают в себе четкость структуры и аккуратность интерфейса, а также сайты с необычной версткой и умелым использованием Zero Block. Вы можете предложить опубликовать свой сайт, однако все присланные работы проходят модерацию.

Действия со страницей

При создании новой страницы вы можете начать с чистого листа либо выбрать один из шаблонов для ее оформления. Шаблон можно отредактировать (поменять) позднее в соответствии с вашим желанием. С созданной вами страницей можно совершать различные действия. Для этого вы должны выполнить команду **Еще | Настройки страницы | Действия** (рис. 2.6).

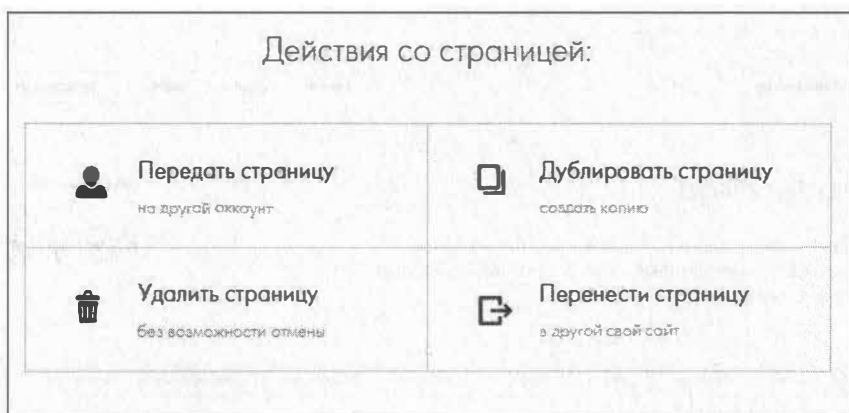


Рис. 2.6. Действия со страницей

Поменять порядок страниц в сайте можно способом drag-and-drop (то есть перетянуть страницу мышью в то место, где она должна быть — вверх или вниз в списке страниц сайта). Страницу можно **опубликовать** и получить ссылку на ваш сайт

в Сети (рис. 2.7). Страницу можно снять с публикации командой **Настройки страницы | Дополнительно | Снять с публикации**.

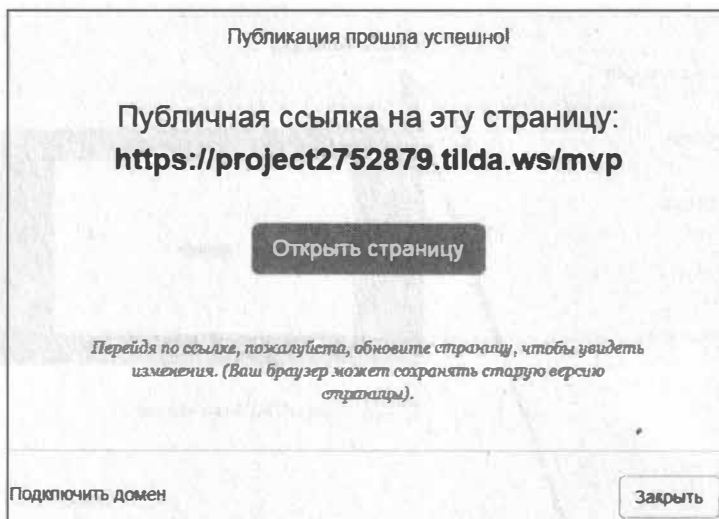


Рис. 2.7. Страница опубликована в Сети

После публикации ваш сайт автоматически начнет индексироваться поисковыми системами. Если вы считаете это преждевременным, то ограничьте доступ к нему, поставив логин и пароль. Для этого выполните команду **Настройки сайта | Ограничить доступ | Логин и пароль** (рис. 2.8). После этого поисковые роботы индексировать ваш сайт не смогут.

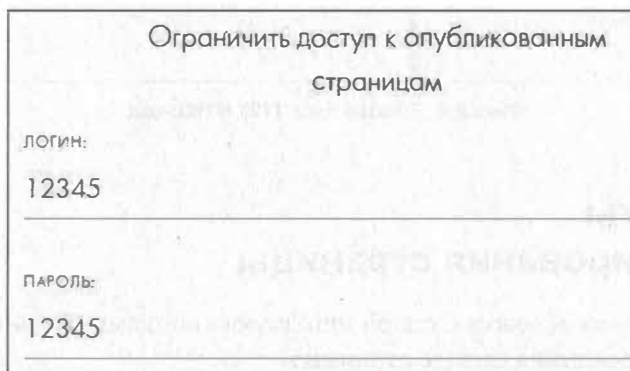


Рис. 2.8. Защищаем сайт логином и паролем

В страницу можно добавлять оригинальные (уникальные) элементы, которых пока нет в Tilda. Для этого существует блок **HTML-код**. Чтобы добавить этот блок на страницу, выполните команду **Все блоки | Другое** и выберите блок **T123 HTML-код** (рис. 2.9). Через этот блок добавляется любой код, включая скрипты и стили.

HTML-код можно добавлять на страницу внутри тега <body>. Как это сделать практически, мы изучим позднее.

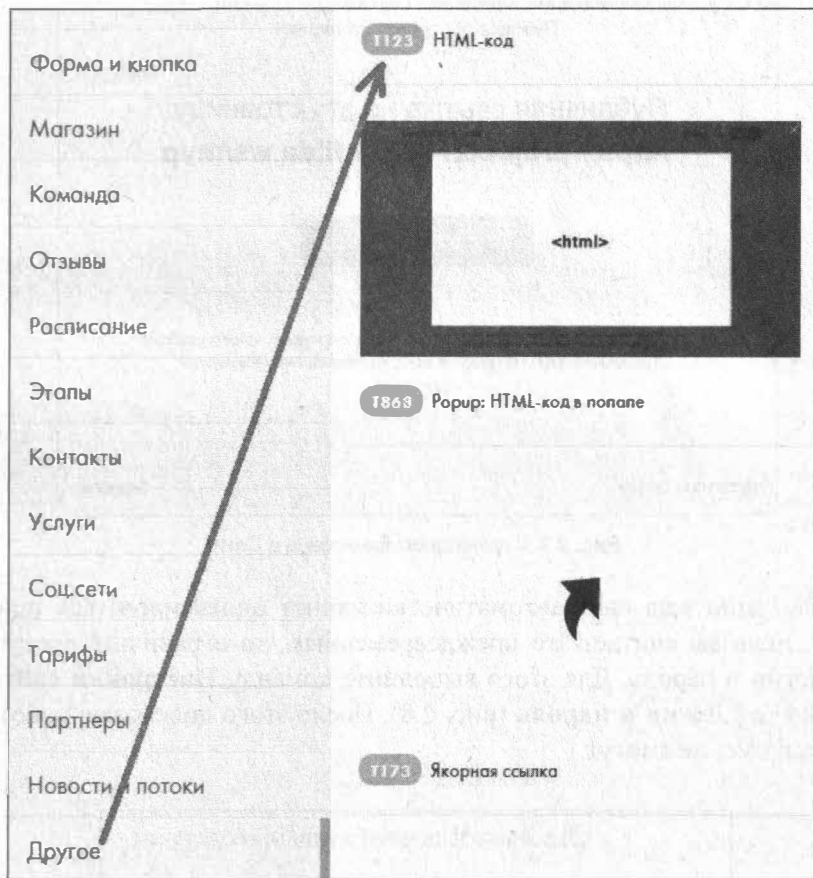


Рис. 2.9. Показан блок T123 HTML-код

Инструменты для редактирования страницы

На рис. 2.10 показана обложка с одной или двумя кнопками (блок CR16), называемая также **Универсальная бизнес страница**.

Она содержит следующие опции:

- ♦ **Мои сайты** — переход в панель управления сайтами. Здесь же можно создать новую страницу (рис. 2.11);
- ♦ **Предпросмотр** — просмотр страницы перед публикацией;
- ♦ **Еще** — открывает меню пользователя из 9 пунктов (рис. 2.12).

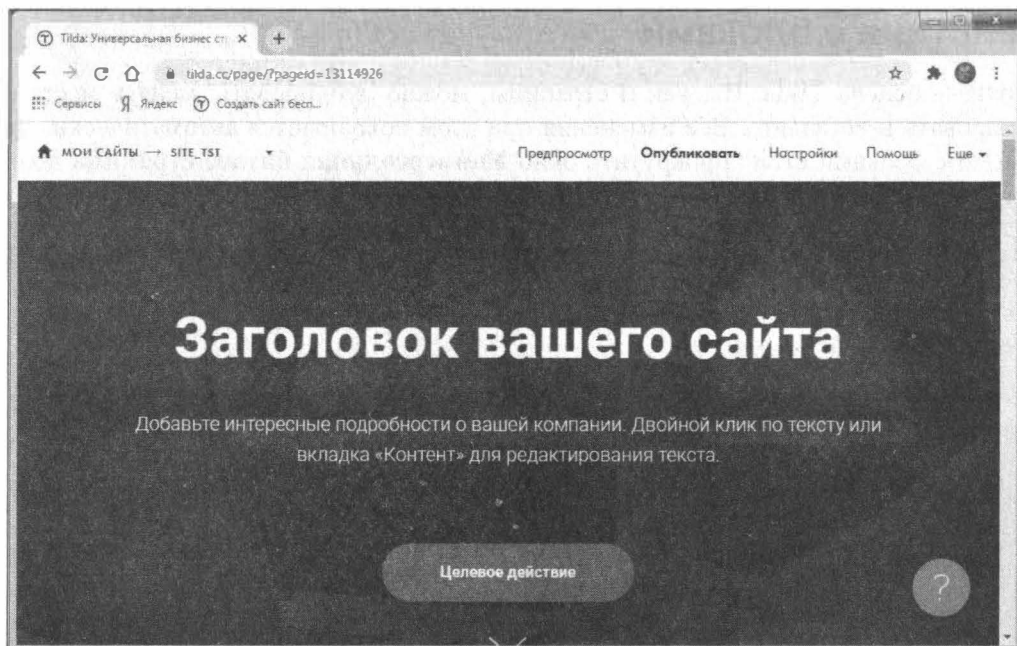


Рис. 2.10. Шаблон Универсальная бизнес страница

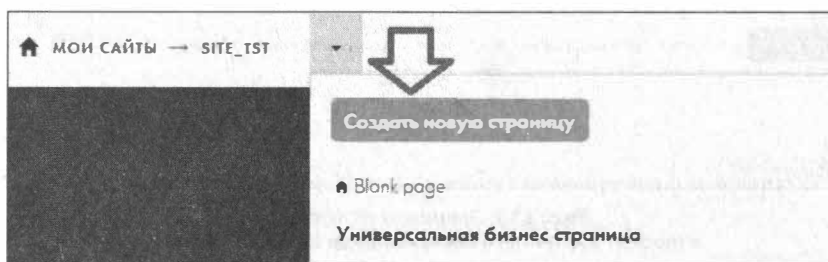


Рис. 2.11. Меню Мои сайты

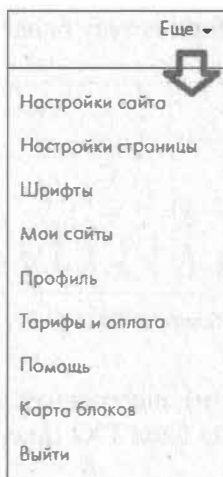


Рис. 2.12. Меню пользователя

Действия с блоками

Блоки — основа Tilda. Их, как и страницы, можно дублировать, менять местами, копировать и вставлять. Все изменения при этом сохраняются автоматически. Для работы с блоками стоит прокрутить окно **Универсальная бизнес страница** до самого низа (рис. 2.13).

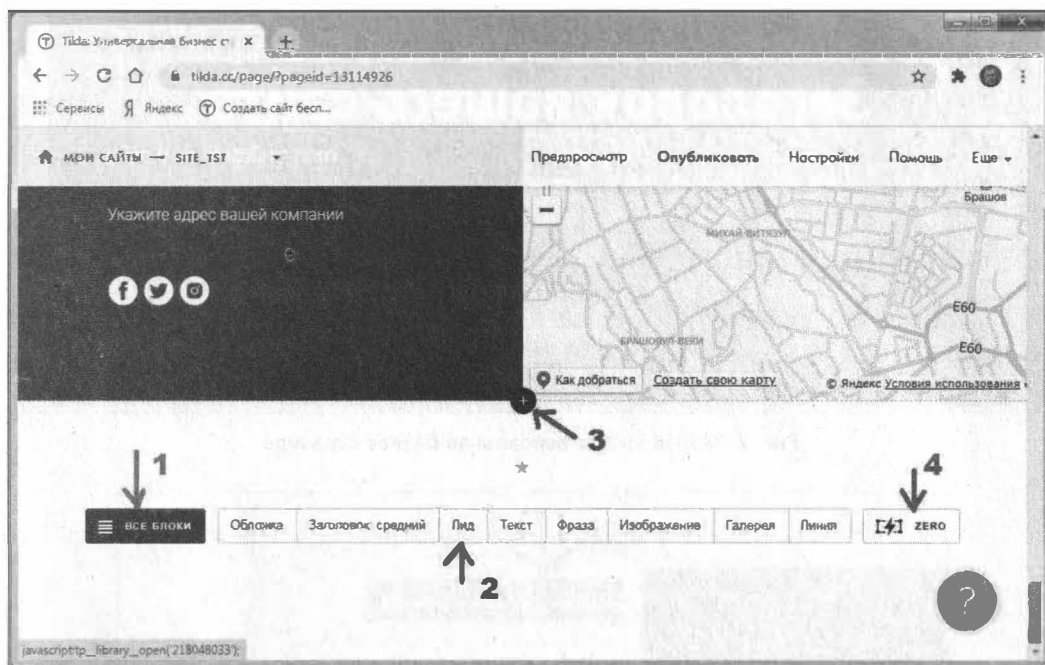


Рис. 2.13. Элементы интерфейса
в нижней части окна **Универсальная бизнес страница**

Здесь у вас появляются следующие возможности:

- ♦ пункт меню **Все блоки** — открывает Библиотеку блоков (рис. 2.14, поз. 1);



Рис. 2.14. Библиотека блоков

- ♦ пункт меню **Лид** (от англ. lead — вести), показанный на рис. 2.14, поз. 2, — создает предназначенный для ввода текста блок **ТХ2** (рис. 2.15);

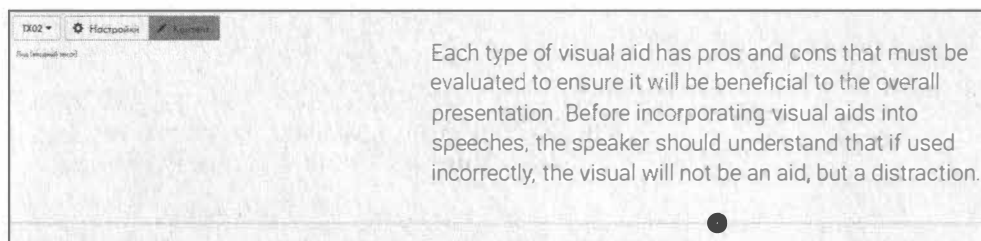


Рис. 2.15. Блок TX2 — для ввода текста

- ◆ кнопка со знаком «плюс» ● (рис. 2.14, поз. 3) — добавляет блок;
- ◆ пункт меню **Zero** (рис. 2.14, поз. 4) — добавляет блок редактора Zero Block (нулевой блок).

Блоки Шапка (Header) и Подвал (Footer)

Это блоки, которые присутствуют на всех страницах сайта. Поэтому, чтобы разместить блок (например, меню) сразу на всех страницах сайта, нужно создать отдельную страницу, поместив на нее элементы, которые должны быть на всех страницах, перейти в **Настройки сайта | Шапка и подвал** и назначить созданную страницу как шапку или подвал (рис. 2.16).

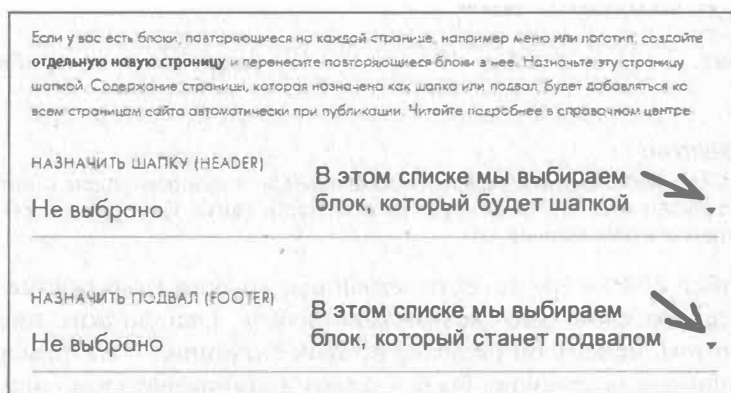


Рис. 2.16. Окно для назначения блоков Header и Footer

Для справки

Header (шапка) — это блок, который, как правило, содержит логотип, меню и контакты.
Footer (подвал) — обычно этот блок включает информацию о том, кто делал сайт, а также копирайт, контакты, дубликат верхнего меню.

Библиотека значков Tilda

В нижней части стартовой страницы сайта Tilda (<https://tilda.cc/ru/>) имеется большое меню, на которое не все обращают внимание (рис. 2.17).



Рис. 2.17. Нижнее меню на сайте <https://tilda.cc/ru/>

В этом меню есть много полезного, и в частности — бесплатные значки из коллекции Tilda Icons. Пользоваться этой библиотекой нужно так: выбрать нужный раздел — например, **Социальные сети**. Скачать архив значков командой **Скачать сет**, затем добавить нужные вам значки на сайт. Значки бесплатны для любых проектов, включая коммерческие, но при их применении необходима обязательная гиперссылка на источник: <https://tilda.cc> с пометкой «Значки от Tilda Publishing».

Фавикон и ошибка 404

И *фавикон* (рис. 2.18), и ошибка 404 (рис. 2.19) задаются в настройках сайта на вкладке **Еще**.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Favicon — это небольшой значок, отображающийся браузером рядом с названием сайта. Фавикон полезен тем, что формирует узнаваемость сайта. Как правило, он имеет размер 16×16 пикселей и расширение *ico*.

Страница ошибки 404 — это, по сути, страница, которая открывается, если запрашиваемый пользователем сайт невозможно найти. Она должна информировать пользователя о том, почему он оказался в такой ситуации, — например, содержать запись «Запрашиваемая страница была удалена администратором» или — как одно из решений проблемы — перенаправлять посетителей на главную страницу сайта.

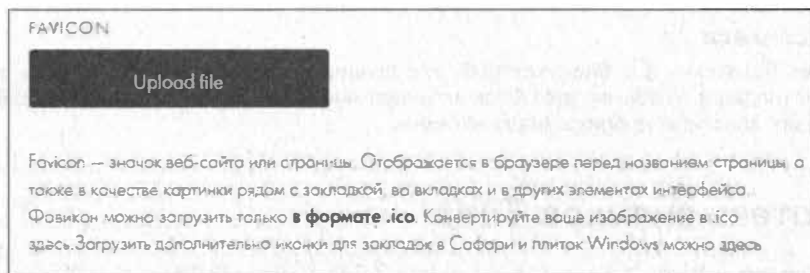


Рис. 2.18. Здесь можно задать фавикон

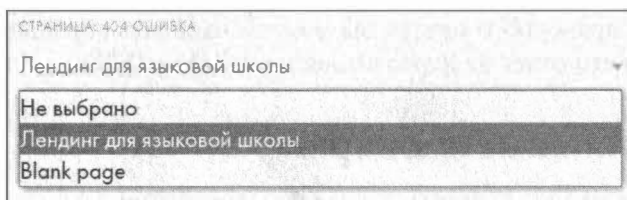


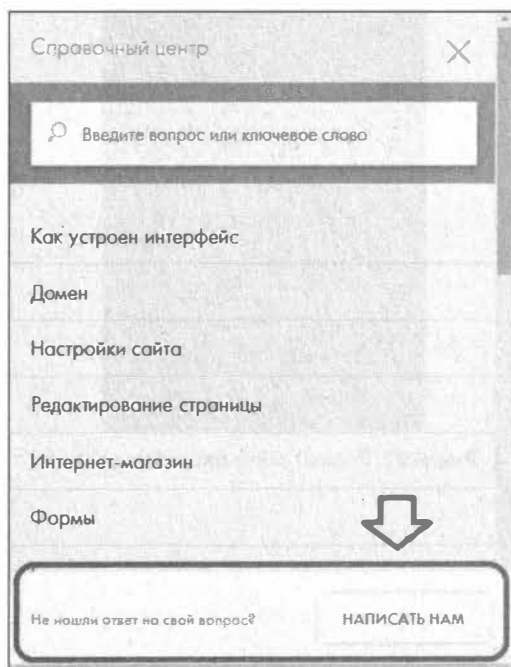
Рис. 2.19. Здесь задается ошибка 404

Как написать в поддержку?

Разработчики Tilda уделяют много внимания поддержке пользователей. Но если вы в разделах **Обучение** и **Помощь** не нашли ответ на свой вопрос, то нажмите на кнопку с изображением вопроса, а затем опуститесь в нижнюю часть Справочного центра (рис. 2.20).



Рис. 2.20. Кнопка перехода в Справочный центр

Рис. 2.21. Кнопка **НАПИСАТЬ НАМ** позволяет написать вопрос в поддержку Tilda «вживую»

В нижней части Справочного центра вы можете написать обращение в форме заявки и получить на него ответ на адрес вашей почты (рис. 2.21).

Вопросы для самопроверки

- ◆ Что такое CRM (Customer Relationship Management), назначение этой службы?
- ◆ В интерфейсе Tilda есть пункт **Найти дизайнера**. Для чего он нужен?
- ◆ Поясните термин «бриф».
- ◆ Каким образом можно предложить свой сайт разработчикам Tilda?
- ◆ Чем отличается команда **Передать страницу** от команды **Перенести страницу**?
- ◆ Как называется блок, предназначенный для вставки HTML-кода?
- ◆ Какие пункты содержит меню **Еще**?

Задание

Войдите в нижнее меню на сайте <https://tilda.cc/ru/> и разберитесь самостоятельно с разделами, отмеченными на рис. 2.22. Здесь можно ознакомиться с часто задаваемыми новичками вопросами, записями вебинаров и видеоуроками по Tilda.

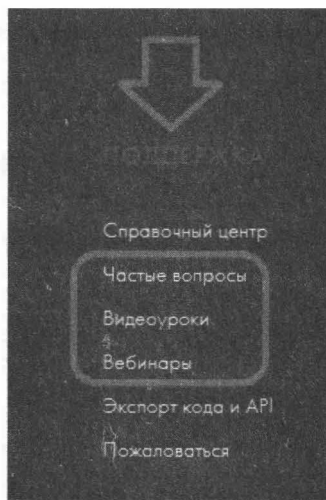
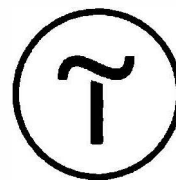


Рис. 2.22. Подвал сайта <https://tilda.cc/ru/>



ГЛАВА 3

Редактор Zero Block

НОВЫЙ ТЕРМИН

Zero Block — встроенный редактор для веб-дизайна в составе Tilda. Он позволяет не использовать готовые блоки из библиотеки, а с чистого листа создать собственное (уникальное) оформление вашего сайта. В терминологии разработчиков и пользователей сервиса Tilda окно редактора называется нулевым блоком.

Начнем с рассмотрения основных возможностей редактора Zero Block.

Вызов окна редактора Zero Block

Для того чтобы открыть окно редактора Zero Block (то есть добавить на страницу нулевой блок), нажмите на кнопку **ZERO** внизу страницы (рис. 3.1) или активируйте его в Библиотеке блоков — она там так же находится в самом низу (рис. 3.2). В результате в окне пустой страницы открывается окно **Zero Block** (рис. 3.3).



Рис. 3.1. Вызов нулевого блока через кнопку ZERO

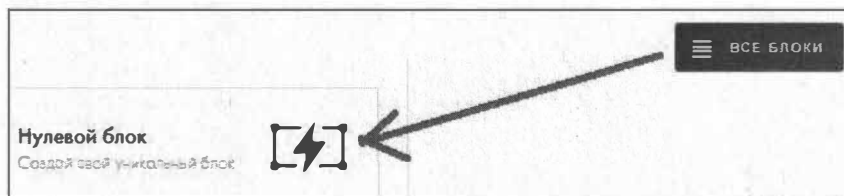


Рис. 3.2. Вызов нулевого блока через кнопку ВСЕ БЛОКИ

Нажмите кнопку **Редактировать блок** и очистите поле блока от всех его элементов. Для этого можно выделить все объекты в окне мышью (или нажать комбинацию клавиш <Ctrl>+<A>), а затем нажать клавишу (рис. 3.4).



Рис. 3.3. Окно Zero Block

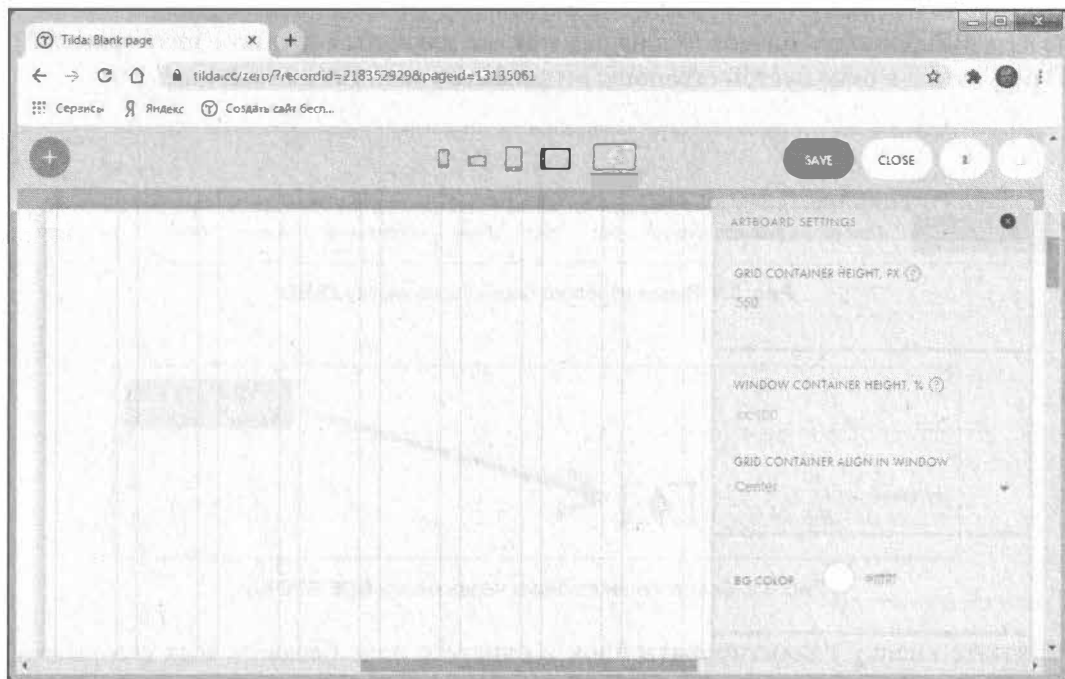


Рис. 3.4. Окно редактора Zero Block очищено от элементов окна по умолчанию

В редакторе Zero Block есть две рабочие области (два *контейнера*). Это область сетки (**Grid Container**) — 12 колонок общей шириной 1200 пикселей (px) и область окна (**Window Container**) — для обозначения границ экрана браузера (рис. 3.5).

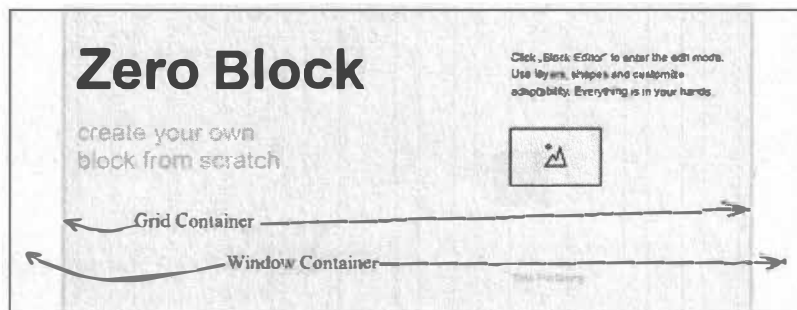


Рис. 3.5. Области **Grid Container** и **Window Container** в окне **Zero Block**

При работе пользователь сервиса Tilda должен понимать, что **Grid Container** — это поле его деятельности (основная рабочая область). Если мы располагаем элементы блока внутри **Grid Container**, то независимо от размера экрана они будут находиться внутри сетки из 12 колонок. Попросту говоря, за пределами **Grid Container** располагать элементы сайта мы не должны.

Высоту **Grid Container** следует задать в размере 550 пикселей (px). Это первое. Кроме того, веб-дизайнер должен обеспечить, чтобы его сайт хорошо смотрелся на любом мониторе. Для этого необходимо установить высоту **Window Container** 100% — как в «резиновой» верстке (рис. 3.6). Это второе.

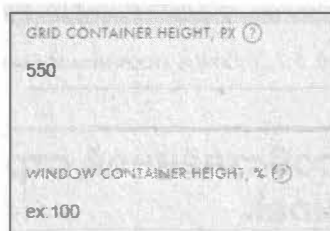


Рис. 3.6. Задаем размеры нулевого блока

Редактирование с помощью клавиатуры значительно ускоряет работу, поэтому стоит пользоваться «горячими» клавишами:

- ◆ спрятать/показать настройки: <Tab>;
- ◆ отмена действия: <Ctrl>+<Z>;
- ◆ заблокировать элемент: <L>;
- ◆ изменить размер шрифта: <+>/<->;
- ◆ добавить горизонтальные направляющие: <Ctrl>+<H>;
- ◆ добавить вертикальные направляющие <Ctrl>+<Shift>+<L>.

Полный список «горячих» клавиш приведен на рис. 3.7.

Ссылка на внешнюю страницу	G
Ссылка на страницу из меню	TAB
Ссылка на страницу из блока	A
Отменить действие	CTRL + Z
Сохранить изменения	CTRL + S
Копировать элемент	CTRL + C
Вставить элемент	CTRL + V
Переместить элемент	(SHIFT +) СТРЕЛКИ
Удалить элемент	BACKSPACE/DELETE
Изменить номер элемента в списке	0 .. 9
Изменить цвет элемента	L
Изменить размер элемента	+ или -
Изменить направление элемента	CTRL + ВВЕРХ/ВНИЗ
Изменить направление элемента	CTRL + ВЛЕВО/ВПРАВО
Изменить цвет элемента	CTRL + A
Изменить цвет элемента	L
Изменить цвет элемента	CTRL + H
Изменить цвет элемента	CTRL + SHIFT + H

Рис. 3.7. Таблица «горячих» клавиш

Пример создания собственной страницы в редакторе Zero Block

Работать над страницей в Zero Block мы будем в следующей последовательности (рис. 3.8).

Создание собственной страницы начните с команды: **Пустая страница | Z блок**.

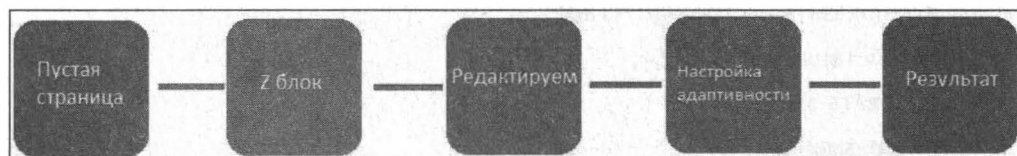


Рис. 3.8. Последовательность выполнения примера по практическому знакомству с редактором Zero Block

Фон

Редактирование блока начните с выбора цвета фона. Для этого выполните команду **Settings** (можно нажать клавишу <Tab> и выбрать опцию **BG COLOR**) и выберите инструмент **Пипетка**. Затем перейдите на вкладку **Градиенты** и выберите заливку из двух цветов: **#00e7f7** и **#00c2f1** (рис. Ц-3.9).

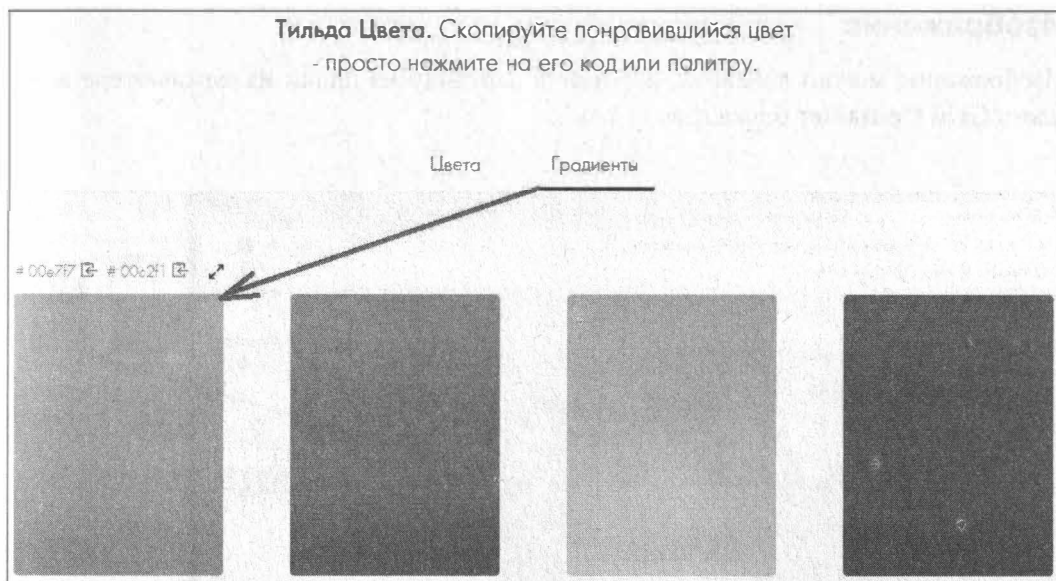


Рис. Ц-3.9. Задаем градиентный фон из двух цветов: выбираем цвета для градиента

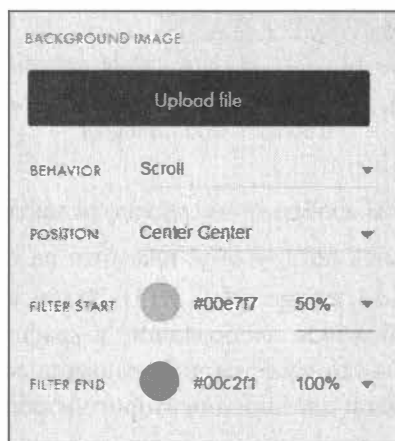


Рис. Ц-3.10. Цвета градиента выбраны

Щелчком мыши скопируйте в буфер обмена первый цвет (**#00e7f7**) и перенесите его в настройки блока (**FILTER START**) — то есть из буфера обмена комбинацией клавиш <Ctrl>+<V> вставьте этот цвет в Z блок. Аналогично вставьте в настройки

Z блока (**FILTER END**) второй цвет (**#00c2f1**). Затем задайте прозрачность каждого из этих двух цветов (рис. 3.10).

Итак, мы задали цвет фона переходом от светло-синего до темно-синего. Нажимаем на кнопку **Save**, чтобы сохранить результат.

Изображение

Изображение можно добавить, перетянув картинку из папки на компьютере в область **Grid Container** блока (рис. 3.11).

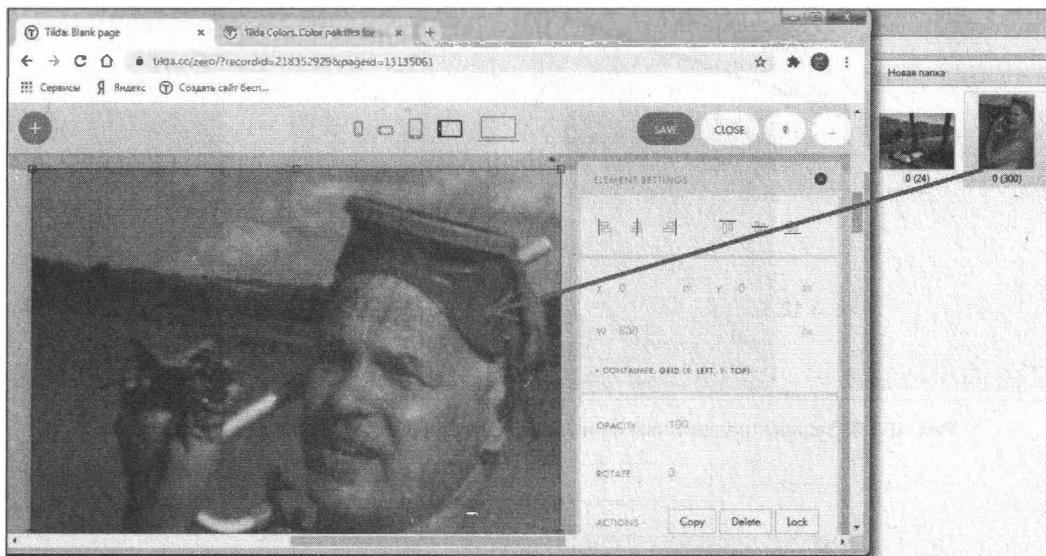



Рис. 3.11. Добавляем картинку методом Drag-and-Drop в область **Grid Container**

Вставленное таким способом изображение можно редактировать (рис. 3.12).

Изображение можно добавить по-другому: нажмите на оранжевую кнопку «плюс»  и выберите команду **Add Image** (рис. 3.13). Затем нажмите справа на кнопку **Upload file** и добавьте выбранное изображение в графический фрейм (рис. 3.14). Если фрейм не использовать, то изображение с помощью кнопки **Upload file** будет добавлено как фон — что мы и сделали для второго изображения (рис. 3.15).

Чтобы убедиться, что изображения вставлены верно, уберите градиентную заливку фона, выставив цветовые ползунки в **0%** (рис. 3.16).

Перед тем как работать с текстом, мы немного изменим вид нашей страницы (сделаем фон более бледным, чтобы он контрастировал с текстом) и нажмем на кнопку **Save** (рис. 3.17).

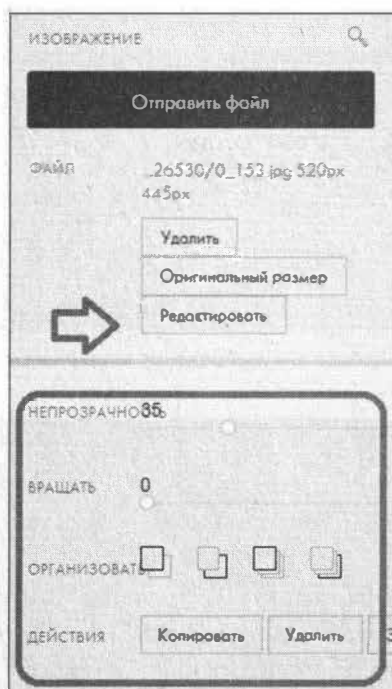


Рис. 3.12. Вставленное изображение доступно для редактирования

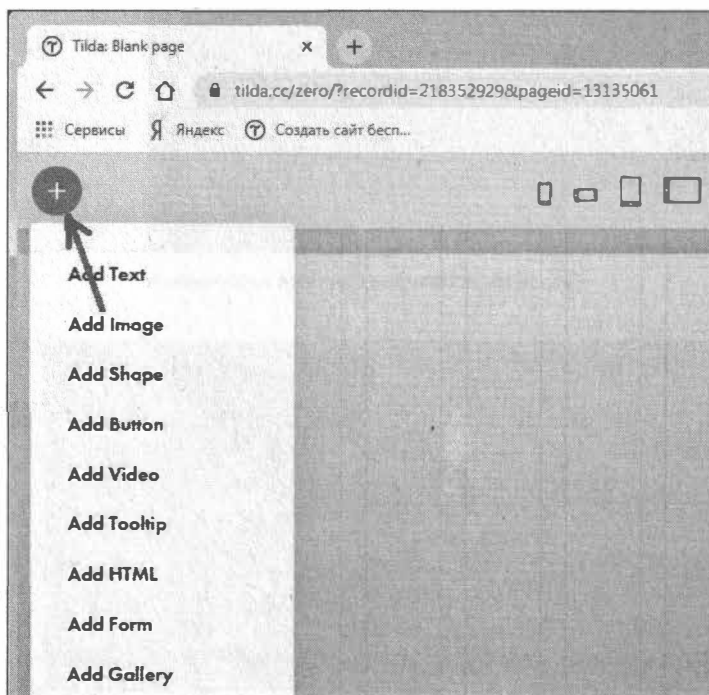


Рис. 3.13. Добавляем изображение в область Grid Container

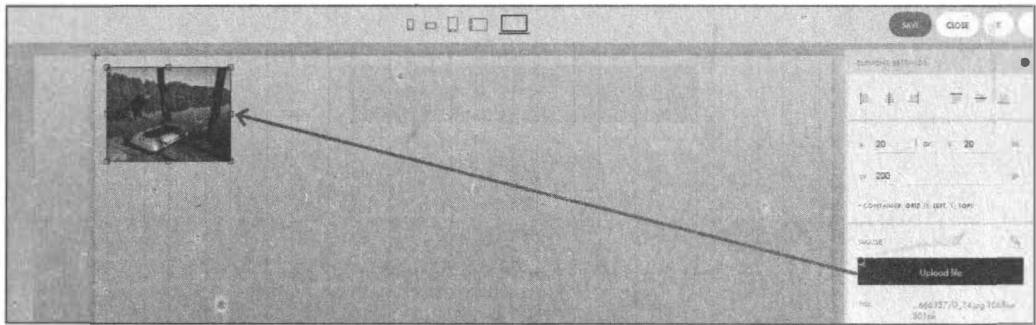


Рис. 3.14. Добавляем изображение в графический фрейм

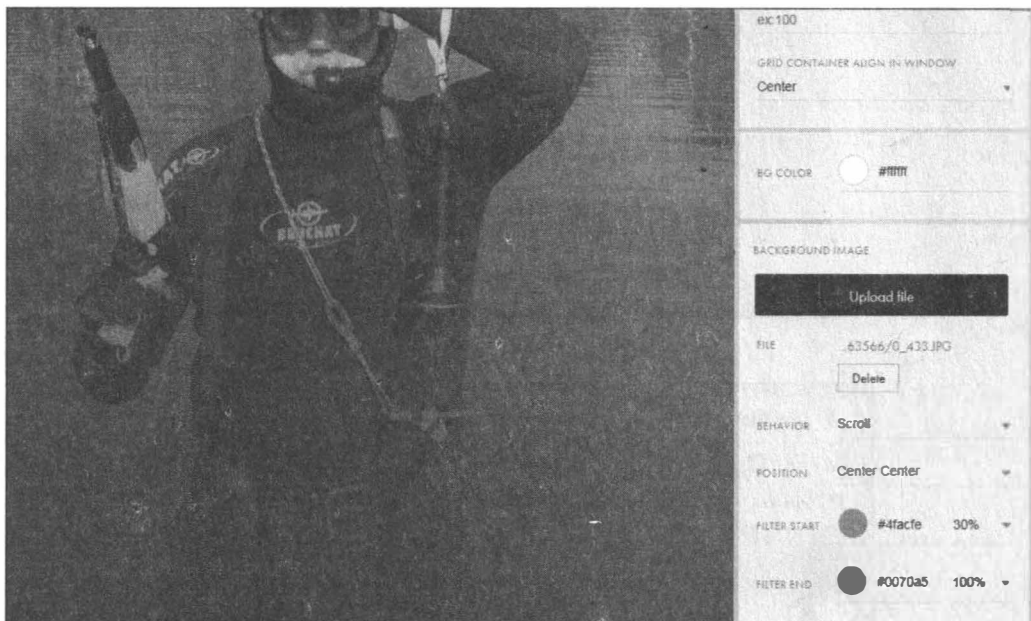


Рис. 3.15. Добавлено фоновое изображение



Рис. 3.16. Мы добавили на страницу два изображения и убрали градиентную заливку фона

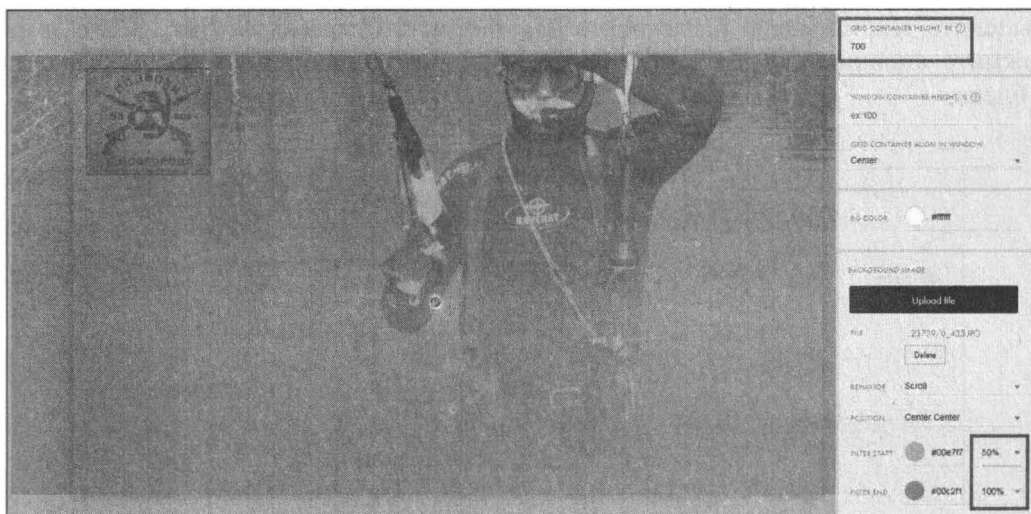



Рис. 3.17. Фон мы сделали более бледным, чтобы он контрастировал с текстом

Текст

Снова нажмите на оранжевую кнопку «плюс»  и выберите команду **Add Text** — текст будет вставлен в текстовый фрейм. Затем нажмите комбинацию клавиш **<Ctrl>+<Shift>+<H>** для вызова вертикальной направляющей и мышью выровняйте по ней текст (рис. 3.18).

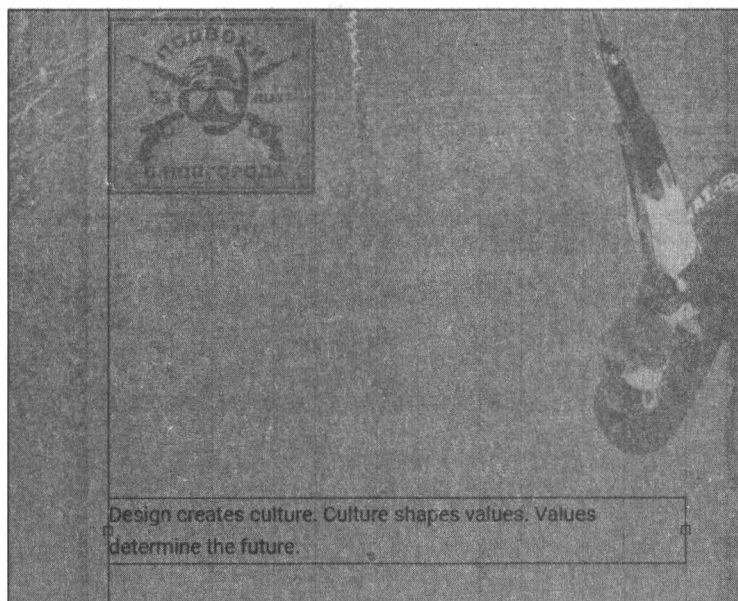


Рис. 3.18. Мы добавили на страницу свой текст и выровняли его по вертикальной направляющей

Выделите текст мышью и настройте для текста его параметры (рис. 3.19). Затем нажмите кнопки **Save** и **Close** и продолжите работу над следующими экранами Z блока.

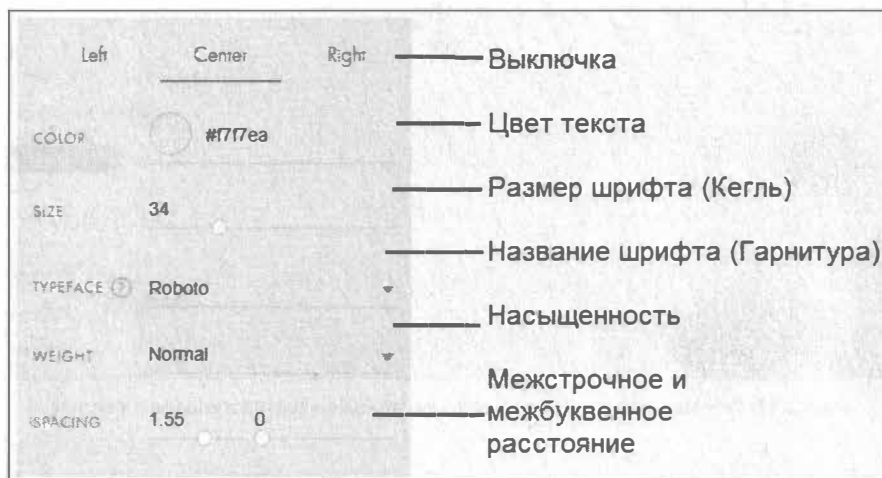


Рис. 3.19. Область для настройки параметров шрифта

ПРИМЕЧАНИЕ

Подробную информацию о том, что такое *выключка*, *насыщенность* и другие шрифтовые параметры, вы найдете в *главе 20*.

Анимация текста

НОВЫЙ ТЕРМИН

Анимация (от лат. *animatio* — оживление) — создание впечатления оживления и движения объектов изображения.



Рис. 3.20. Выберем инструмент **Заголовок средний**

Для начала создадим блок **Заголовок средний**, выбрав для этого инструмент **Заголовок средний** (рис. 3.20).

Чтобы наш заголовок привлекал внимание — мы войдем в его **Настройки** и создадим для него анимацию (рис. 3.21).

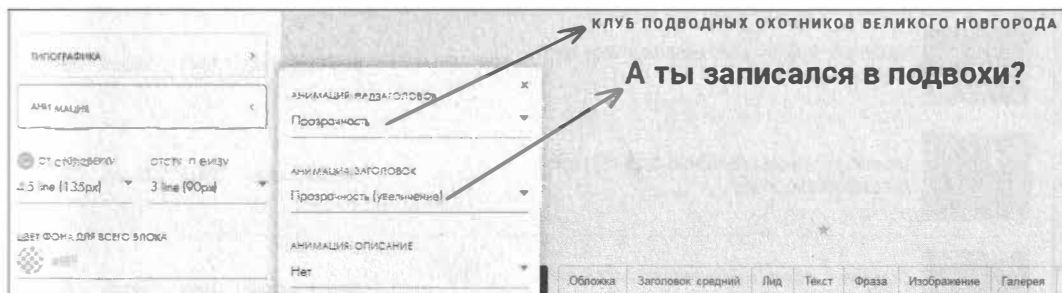


Рис. 3.21. Настройка анимации для текста

Совет

Анимацией не стоит злоупотреблять. Обычно ее используют как инструмент для создания акцентов.

Галерея

Теперь давайте создадим галерею из четырех фотографий. Для этого нажмите на черную кнопку «плюс» ● в нижней части любого блока — так мы создадим новый блок **GL01** (рис. 3.22).

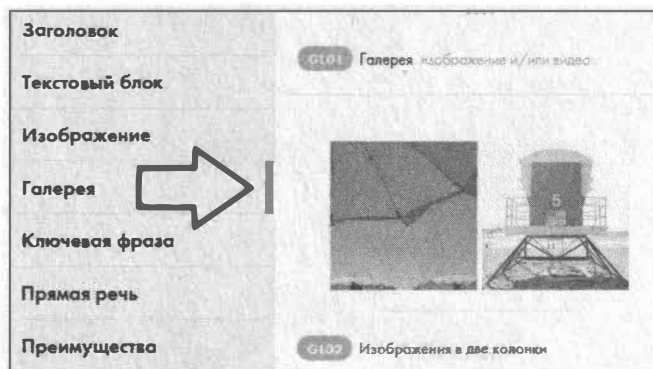


Рис. 3.22. Выбор шаблона галереи

Войдите в меню **Контент** и замените исходные фотографии на свои (рис. 3.23). Вы также можете здесь добавить текст, записав в него не только названия фотографий, но и задав каждому изображению альтернативный текст (alt). Поисковые системы воспринимают такой текст как ключевые слова и учитывают их при индексации. Готовая галерея показана на рис. 3.24.



Рис. 3.23. Заполняем галерею снимками

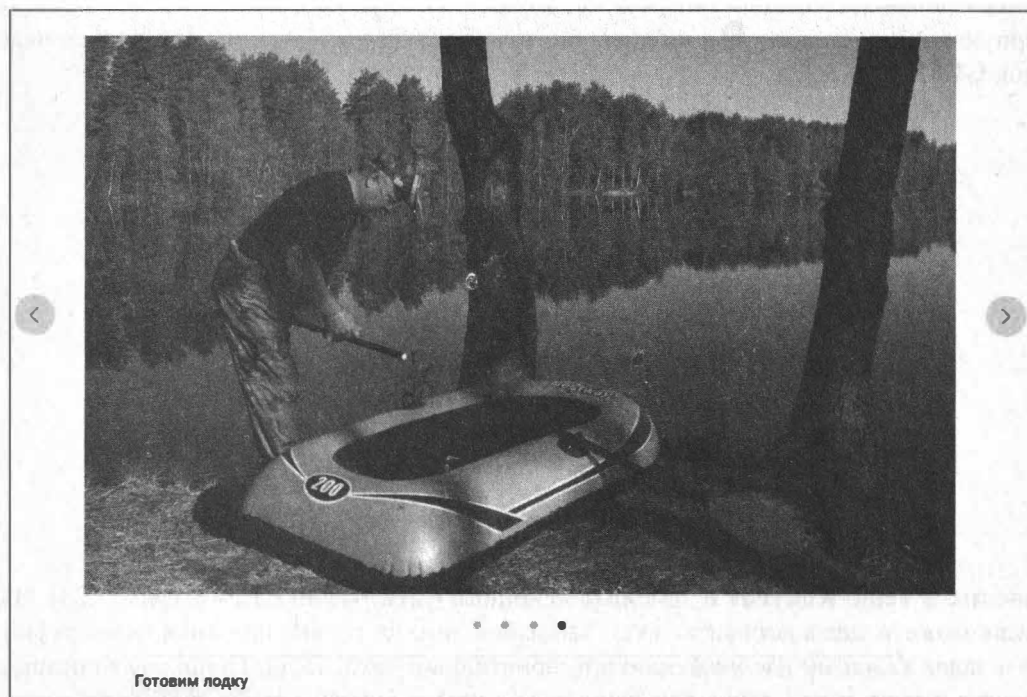


Рис. 3.24. Галерея готова

Кнопка

Надпись на кнопке, шрифт и ссылка задаются в ее настройках (рис. 3.25).

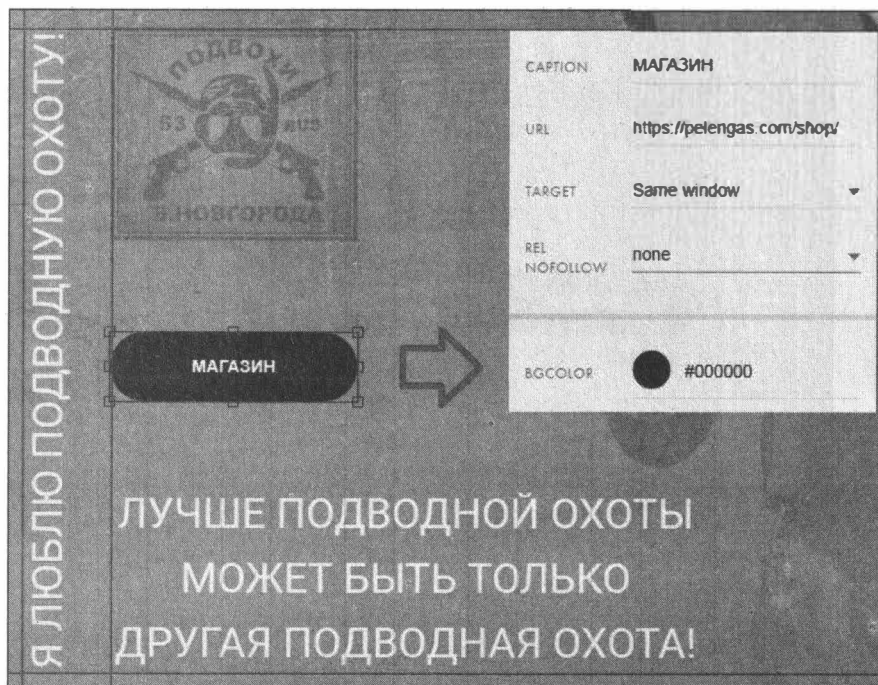


Рис. 3.25. Мы добавили кнопку **Магазин**

Линия

Выберите команду **Add Shape | Line** и задайте длину линии (**W = 690 px**), ее цвет (**BG COLOR**), поверните ее на **90** градусов (**ROTATE**) и продублируйте движением мыши, удерживая нажатой клавишу **<Alt>** (рис. 3.26).

Выравнивание элементов

Мы уже рассмотрели ранее, как можно выравнивать объекты на странице с помощью вертикальной и горизонтальной направляющих (рис. 3.27).

Есть и другой способ выравнивания объектов на странице. Когда выделено несколько объектов, их можно выровнять по горизонтали и по вертикали относительно друг друга или относительно контейнера. В качестве примера мы выровняли объекты по вертикали (рис. 3.28). Для этого элементы, предназначенные для выравнивания, мы поместили (выделили) мышью при нажатой клавише **<Shift>**, после чего нажали на соответствующую пиктограмму, показанную на рис. 3.28. Другие пиктограммы для выравнивания советуем для понимания изучить «методом тыка» самостоятельно.

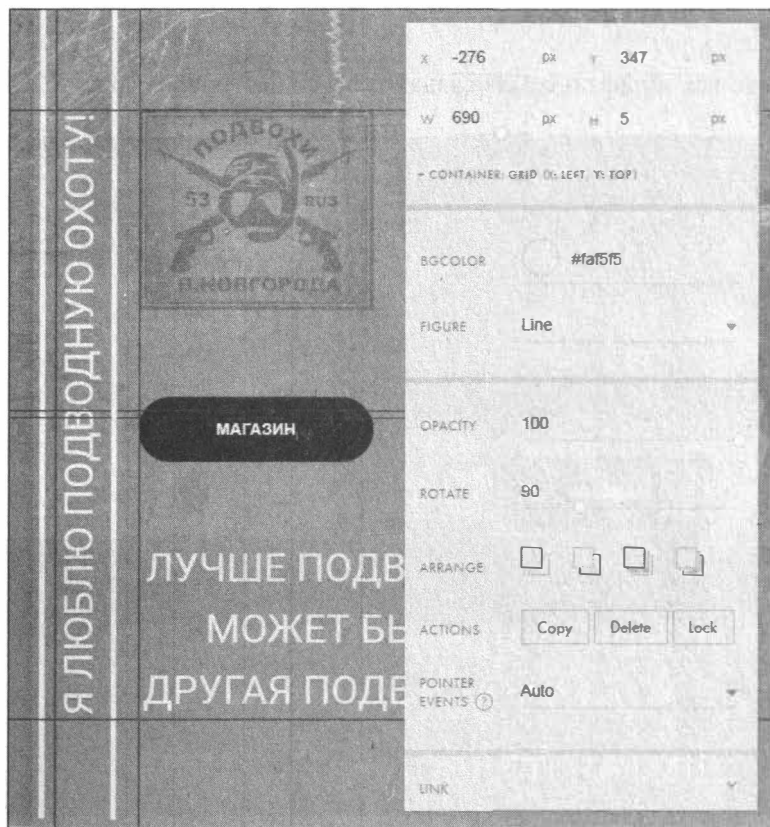


Рис. 3.26. Слева — две вертикальные линии, справа — поле для настройки их параметров



Рис. 3.27. Пример выравнивания текста по направляющим

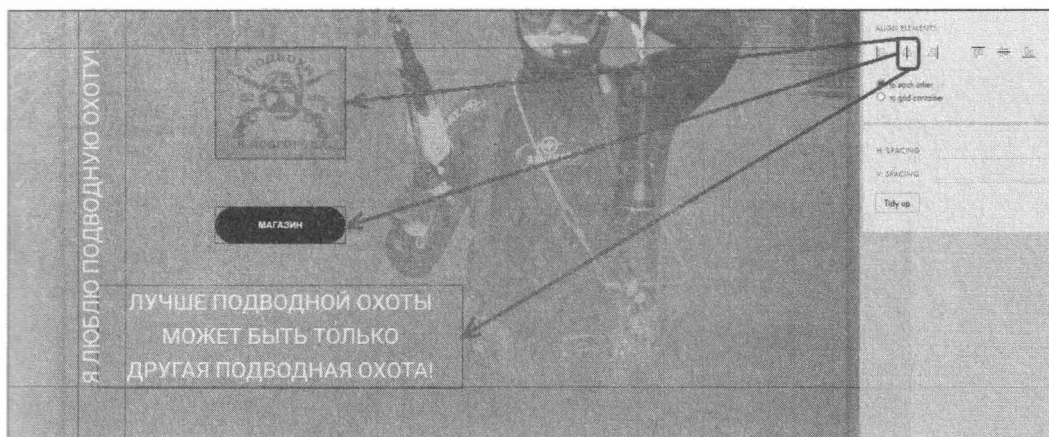


Рис. 3.28. Пример выравнивания трех объектов по вертикали

Настройка адаптивности в Zero Block

При настройке адаптивности веб-дизайнер должен подогнать дизайн каждой страницы сайта (ее внешний вид) под устройство, с которого на сайт зашел пользователь. В Tilda все шаблоны уже адаптивны изначально, а в нулевом блоке разработчики предусмотрели адаптацию для всех основных типов экранов:

- ♦ 1200 px — стационарные компьютеры и ноутбуки;
- ♦ 980–1200 px — планшет горизонтальный;
- ♦ 640–980 px — планшет вертикальный;
- ♦ 480–640 px — смартфон горизонтальный;
- ♦ 320–480 px — смартфон вертикальный.

Процесс адаптации заключается в предоставлении пользователю для просмотра вашей страницы на этих разрешениях. Если что-то будет выглядеть не так, нужно поправить объекты в Z Block: например, кегль текста, размер изображения или взаимное расположение объектов.

Давайте проверим адаптивность нашей страницы в Z Block и при необходимости выполним редактирование этой страницы. Сначала откроем ее на экране компьютера (рис. 3.29).

Теперь посмотрим, как этот веб-документ выглядит на планшете, расположенном горизонтально (рис. 3.30).

Подровняем объекты влево по направляющей, как показано на рис. 3.31.

В позиции «Планшет вертикально» ничего менять не будем (рис. 3.32).

Вид страницы на смартфоне до адаптации показан на рис. 3.33.

Чтобы страница на смартфоне отображалась более верно, мы уменьшили шрифт текста, увеличили размер холста по вертикали и выровняли объекты (рис. 3.34).



Рис. 3.29. Наша исходная страница адаптирована под ПК

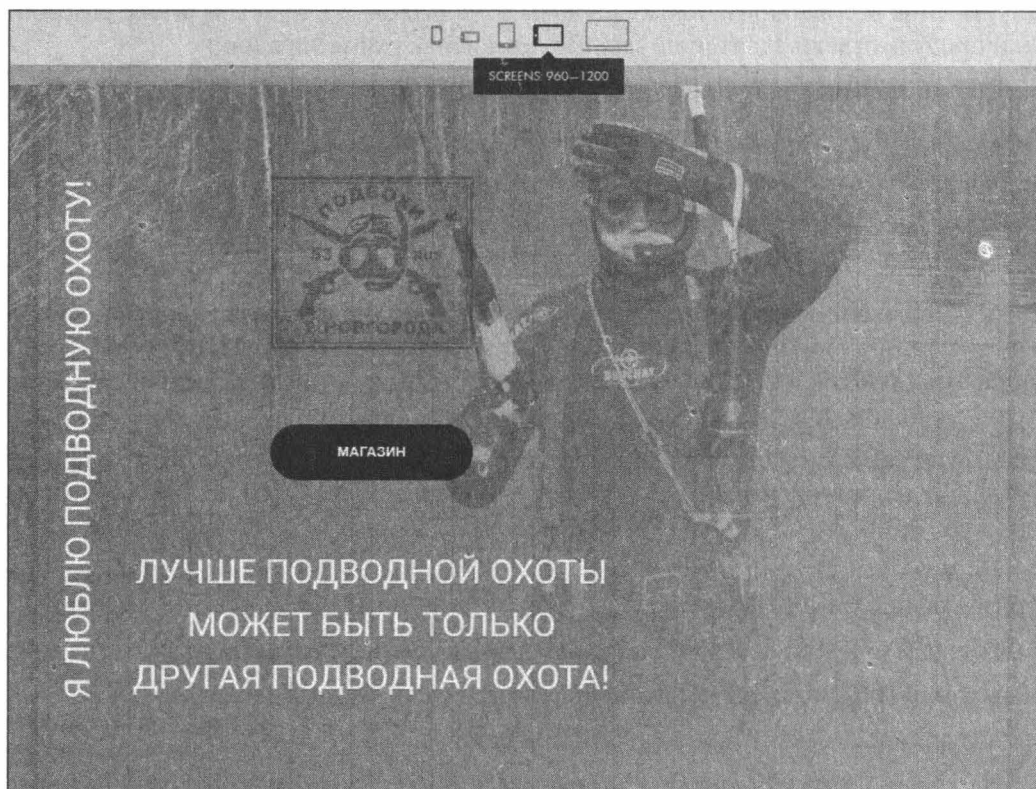


Рис. 3.30. Планшет горизонтально до правки — объекты налезают друг на друга



Рис. 3.31. Планшет горизонтально после корректировки контента



Рис. 3.32. Планшет вертикально

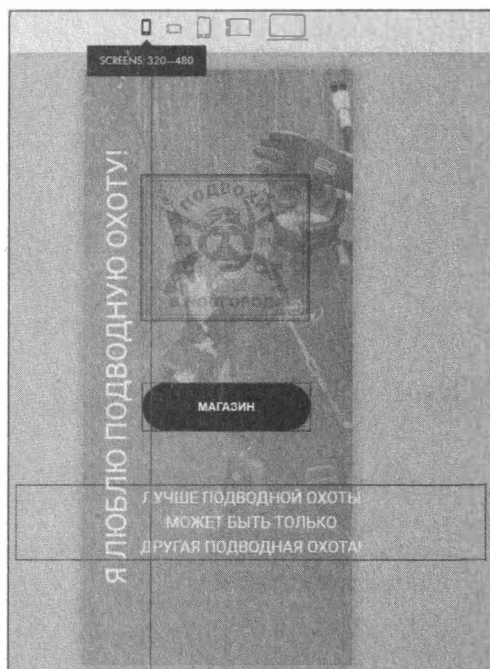


Рис. 3.33. Изображение на смартфоне вертикально до адаптации



Рис. 3.34. Изображение на смартфоне вертикально после корректировки

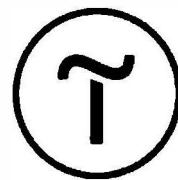
Теперь можно сохранить результат нажатием на кнопку **Save**.

Вопросы для самопроверки

- ◆ Для чего служит Zero Block?
- ◆ Как очистить поле Zero Block от его объектов по умолчанию?
- ◆ В чем разница между **Grid Container** и **Window Container**?
- ◆ Назовите известные вам «горячие» клавиши для быстрого редактирования?
- ◆ Что такое выключка?
- ◆ Расскажите про настройку адаптивности в Zero Block?

Задание

Создайте личную страницу в Z Block и выполните настройку ее адаптивности.



ГЛАВА 4

Создание меню

В этой главе мы рассмотрим создание нескольких вариантов меню.

Пример 1. Одно меню для всех страниц сайта

Создадим сайт из двух страниц (рис. 4.1).

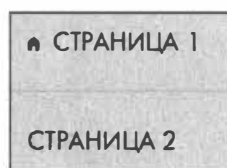


Рис. 4.1. Наш двухстраничный сайт

Создайте пустую страницу, добавьте на нее блок меню (рис. 4.2) — например, МЕ301 (рис. 4.3), и настройте его, как показано на рис. 4.4.

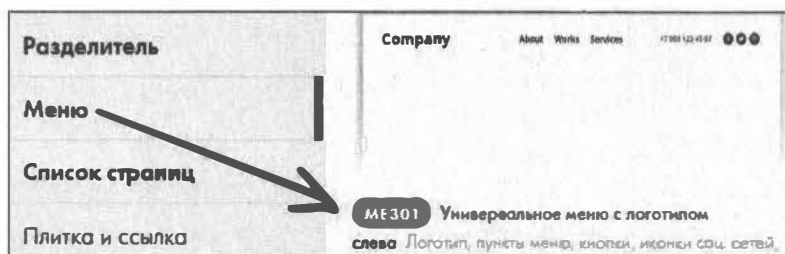


Рис. 4.2. Выбираем блок МЕ301 Универсальное меню с логотипом



Рис. 4.3. Меню МЕ301

ПОЯСНЕНИЕ

Абсолютный адрес сайта включает в себя протокол **http://**, доменное имя и путь к файлу. То есть это полная ссылка на файл на сайте — вместе с доменом и субдоменами. В отно-

сительном адресе сайта отсутствует протокол и адрес домена. При этом адрес рассчитывается исходя из текущего домена. Браузер сам достраивает полный адрес файла автоматически.

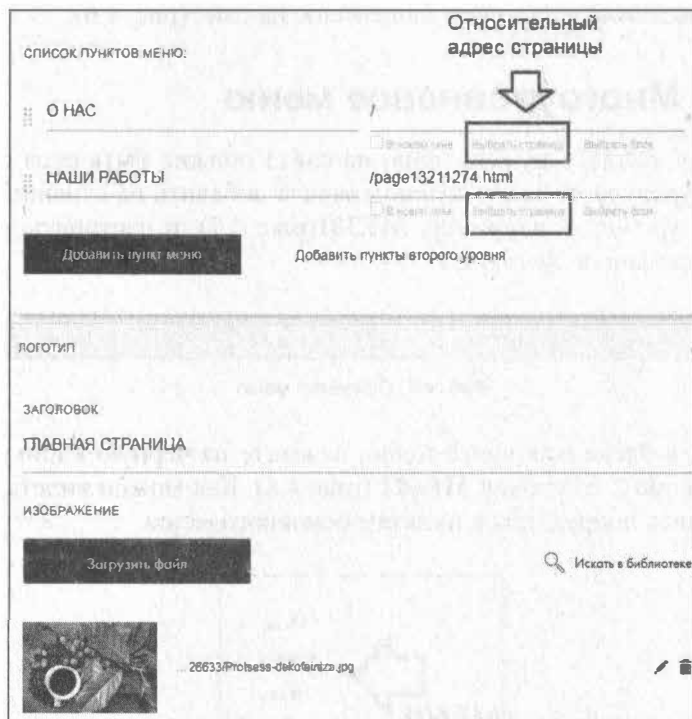


Рис. 4.4. Настройка пунктов меню на адреса страниц

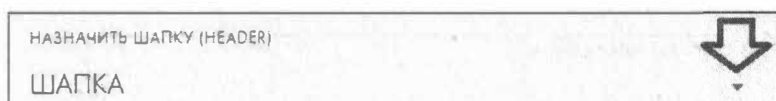


Рис. 4.5. Задаем блок, который станет шапкой сайта из 2 страниц

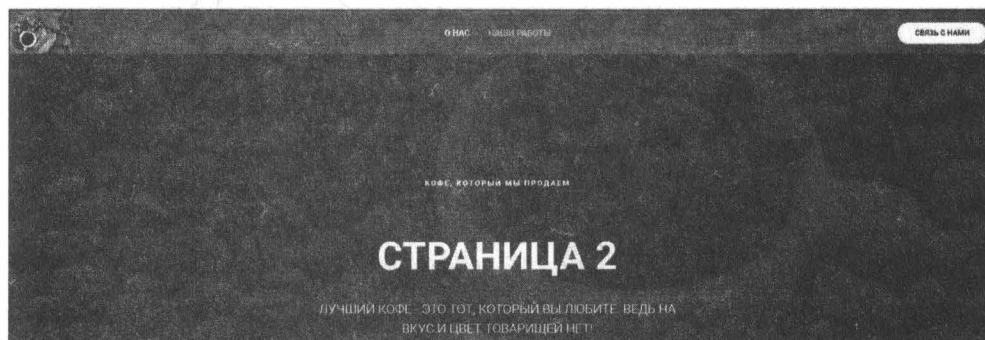


Рис. 4.6. Шапка с меню установлена на сайт

Перейдите в **Настройки** сайта на вкладку **Шапка и подвал** и назначьте эту страницу как **ШАПКА** (рис. 4.5).

Сохраните изменения, а затем нажмите на кнопку **ОПУБЛИКОВАТЬ ВСЕ СТРАНИЦЫ** — это позволит установить наше меню на сайт (рис. 4.6).

Пример 2. Многоуровневое меню

Примем, что для каждого пункта меню на сайте должна быть своя страница. Для создания многоуровневого меню нужно сначала добавить на страницу блок основного меню 1-го уровня — например, **ME301** (рис. 4.7), и настроить это меню. Как это сделать, рассказано в *Примере 1*.



Рис. 4.7. Основное меню

Затем, находясь в блоке основного меню, нажмите на черную кнопку «плюс» ● и добавьте блок меню 2-го уровня **ME601** (рис. 4.8). Как можно видеть, блок **ME601** позволяет добавить подразделы к пунктам основного меню.

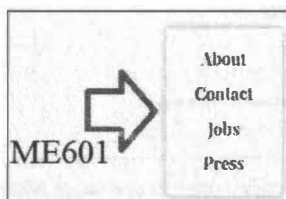


Рис. 4.8. Блок меню ME601

СПИСОК ПУНКТОВ МЕНЮ

СПИСОК ПУНКТОВ МЕНЮ:

В качестве ссылки нужно указать либо полный адрес страницы включая http:// и адрес - только название страницы (например /page/7890.html или /about). Поддержка ссылки на другую страницу. Для того, чтобы сделать навигацию внутри страницы, используйте якорные ссылки (например #contacts). Чтобы добавить якорь на страницу используйте >Якорная ссылка.

ВИДЫ ОБЖАРКИ	/page13211274.html
ИНФОРМАЦИЯ ПРО КОФЕ	<input type="checkbox"/> В первом окне Выбрать страницу
	#submenu:more
	<input type="checkbox"/> В новом окне Выбрать страницу

Добавить пункт меню

Добавить пункты второго уровня

Рис. 4.9. Добавляем подменю для меню **ИНФОРМАЦИЯ ПРО КОФЕ**

Теперь эти два меню нужно связать между собой — для этого в блоке **ME601** пропишите ссылку на подменю вида **#submenu:more**. Мы это подменю будем создавать для меню **ИНФОРМАЦИЯ ПРО КОФЕ** (рис. 4.9).

ПРИМЕЧАНИЕ

Ссылка **#submenu:more** может быть любым словом — например: **#submenu:koffee**, **#submenu:portfolio** или **#submenu:aboutus**.



Рис. 4.10. Публикуем сайт в Сети

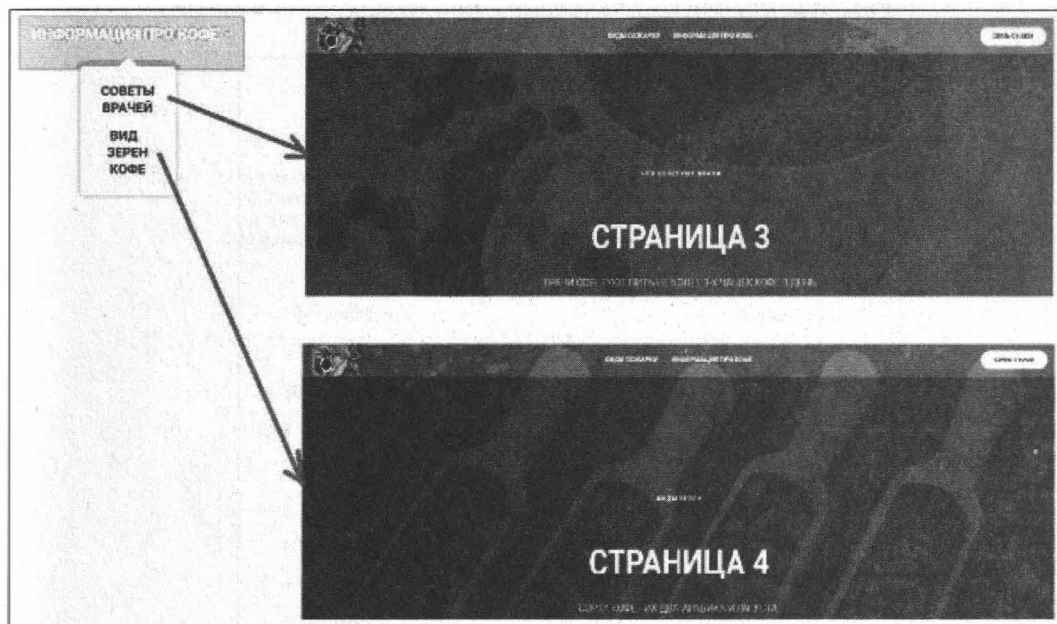


Рис. 4.11. Меню 2-го уровня работает правильно

Итак, мы создали ссылку из основного меню в подменю. Работать меню и подменю станут только после публикации — то есть выполнения команды **ОПУБЛИКОВАТЬ ВСЕ СТРАНИЦЫ** (рис. 4.10).

Проверим работу подменю (рис. 4.11).

Пример 3. Меню для перемещения внутри одной страницы

Создадим сайт из 5 блоков и для него организуем меню — например, **ME501** (рис. 4.12).



Рис. 4.12. Получаем доступ к созданию меню через кнопку **ВСЕ БЛОКИ**



Рис. 4.13. Прописываем ссылки для блоков

В списке пунктов меню пропишите в ссылках номера блоков, на которые должны переходить пользователи по нажатию на соответствующий блоку пункт меню (рис. 4.13).

Блоки выбирайте, щелкая на них мышью (рис. 4.14).

Чтобы меню работало, опубликуйте все страницы (рис. 4.15).

Кликните на блок, чтобы его выбрать.

Рис. 4.14. Ссылка на блок появляется при щелчке на нем мышью

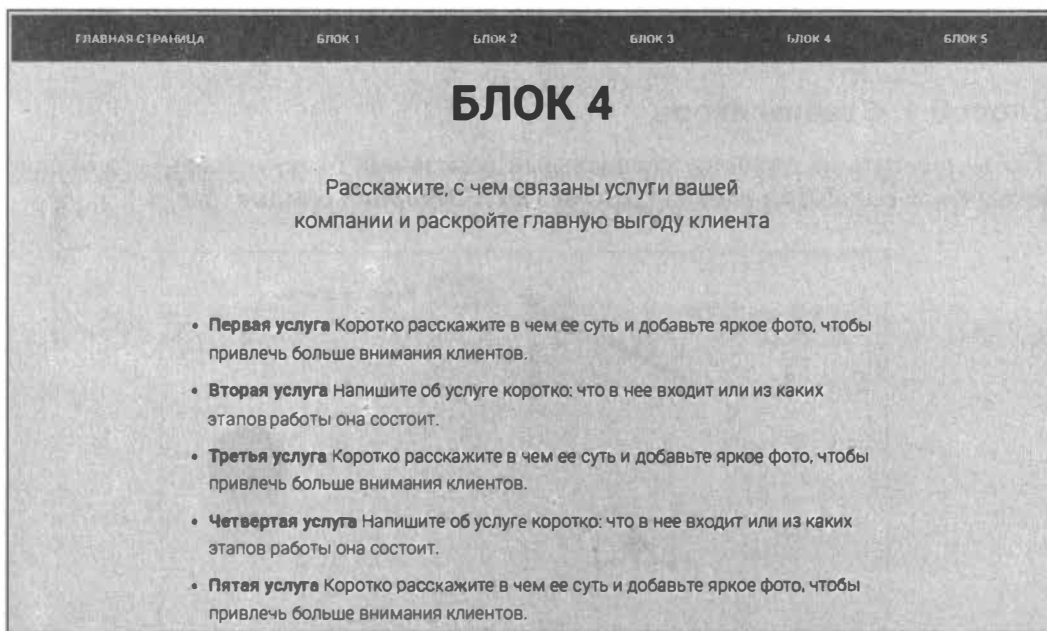


Рис. 4.15. Меню создано и работает

Пример 4. Меню с переходом на метку

ПРИМЕЧАНИЕ

Под «меткой» мы будем понимать якорь или ID блока.

Давайте создадим несколько произвольных блоков на основе пустой страницы и с помощью якоря организуем переход с кнопки на обложку (рис. 4.16).

Чтобы в Tilda организовать переход на конкретное место в сайте (на метку), существуют два способа.

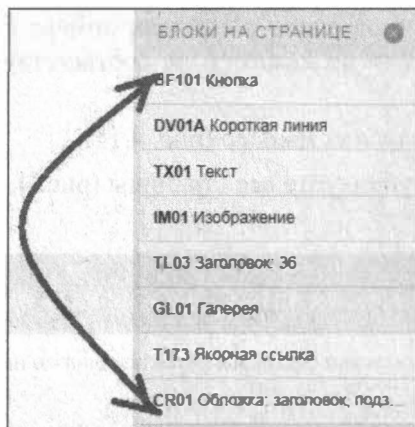


Рис. 4.16. Мы создали 8 блоков (8 страниц или 8 экранов)

Способ 1. Ставим якорь

Чтобы добавить на страницу специальный невидимый блок — якорь — в Библиотеке блоков выполните команду **Другое | T173 Якорная ссылка** (рис. 4.17).

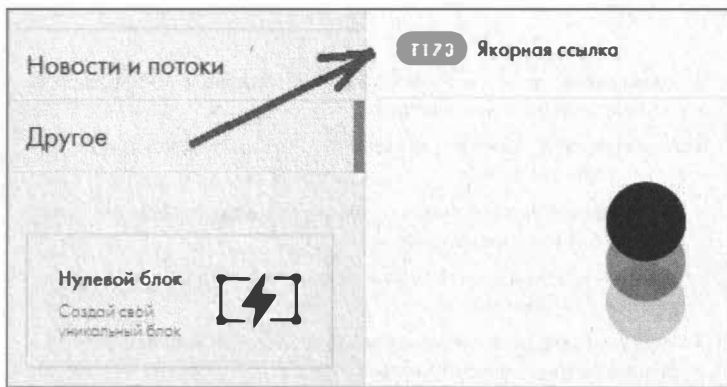


Рис. 4.17. Добавляем блок T173 Якорная ссылка

В контенте у этого блока нужно прописать имя якоря — например, **anchor** (рис. 4.18 и 4.19).



Рис. 4.18. Имя для якоря задано



Рис. 4.19. Якорный блок создан

Блок якоря мы можем поставить в любое место сайта. В нашем примере мы установили блок якоря над блоком **CR01** (рис. 4.20).

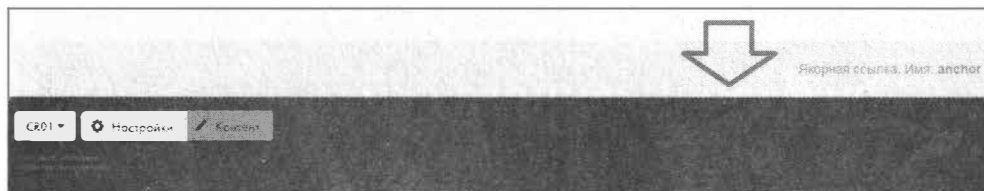


Рис. 4.20. Якорь размещен в нужном месте на сайте

Теперь для перехода на якорь можно поставить кнопку со ссылкой вида **#anchor** (рис. 4.21).

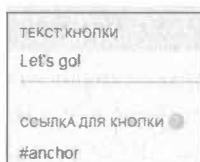


Рис. 4.21. Кнопка для перехода на якорь

Дело сделано: при нажатии на кнопку **BF101** мы перейдем на блок **CR01** (см. рис. 4.16) — как и было задумано.

Способ 2. Используем ID блока

Для реализации этого способа мы воспользуемся тем, что каждый блок в Tilda имеет свой уникальный номер — ID блока. Чтобы посмотреть ID блока, нужно открыть его **Настройки** и опуститься в самый низ окна (рис. 4.22).



Рис. 4.22. ID блока показан в нижней части страницы

Фактически **Block id** — это адрес блока. Поэтому, зная ID блока, можно поставить ссылку, указывающую на любой блок. Для этого нужно в адресе ссылки прописать текст вида **#recXXXXXX**, то есть указать **Block id** (рис. 4.23).

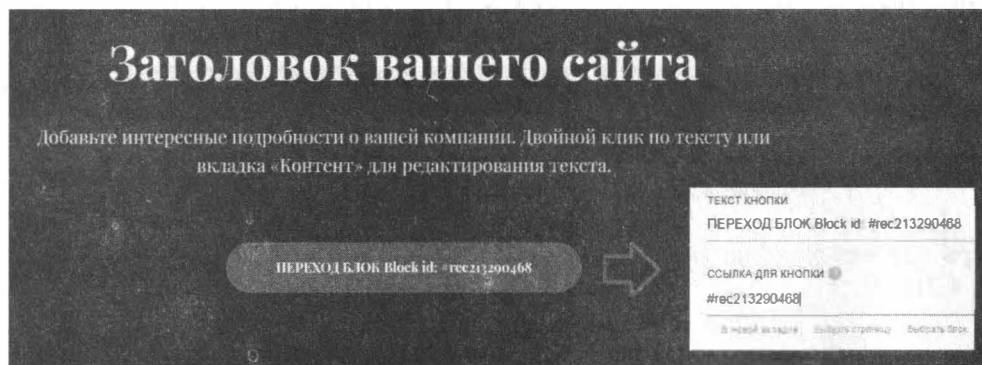


Рис. 4.23. Пример создания ссылки на номер (адрес) блока

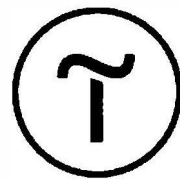
Вопросы для самопроверки

- ◆ В чем назначение блока ME301?
- ◆ Чем относительный адрес страницы сайта отличается от ее абсолютного адреса?
- ◆ Как называется блок, позволяющий добавлять подменю к пунктам основного меню?
- ◆ Для чего предназначена ссылка вида **#submenu:more**?
- ◆ В чем суть термина «ID блока»?

Задание

Выполните для своего сайта все примеры этой главы:

- ◆ Пример 1. Одно меню для всех страниц сайта.
- ◆ Пример 2. Многоуровневое меню.
- ◆ Пример 3. Меню для перемещения внутри одной страницы.
- ◆ Пример 4. Меню с переходом на метку:
 - ставим якорь;
 - используем ID блока.



ГЛАВА 5

Создание сайта портфолио из стандартных блоков

В этой главе мы создадим сайт портфолио. Работа будет выполняться по блокам, по шагам. Но поскольку такой сайт содержит много иллюстраций, то предварительно ознакомимся с информацией о файлах изображений, используемых для сайтов.

Графические форматы для сайтов

В веб-дизайне принято использовать следующие растровые графические форматы:

- ♦ формат GIF рекомендован для анимаций. Однако максимальное число цветов, которое может хранить палитра GIF, — 256. То есть для качественных фотографий он не подходит;
- ♦ графический файл в сжатом формате JPEG содержит 16-битную (и более) информацию о цвете пиксела. Файл, записанный в формате JPEG, примерно в 6 раз меньше файла, записанного в формате GIF, при одинаковом (на глаз) качестве изображения. Поэтому для фотографий принято использовать формат JPEG;
- ♦ формат PNG, как JPEG, также является сжатым и имеет разновидности: PNG8 и PNG24. PNG8 может хранить лишь 256 цветов (как GIF), а PNG24 использует 16 миллионов цветов (как JPEG). Но главное отличие формата PNG от форматов GIF и JPEG заключается в поддержке прозрачных изображений — когда каждому пикселу в отдельности можно задать свою степень прозрачности;
- ♦ WebP — графический формат, созданный компанией Google. Главная цель этого формата — еще больше, чем в других форматах для веб, уменьшить вес файлов (при визуальном сохранении качества изображений). Этот чудо-формат сжимает изображения лучше, чем PNG и JPEG, а также поддерживает прозрачность, как PNG. Однако его любят не все браузеры;
- ♦ Формат SVG, в отличие от четырех предыдущих, векторный. Размер файлов SVG намного меньше размера файлов любых растровых изображений, а сами изображения не теряют в качестве при масштабировании. На сайтах мы можем взаимодействовать с изображениями в формате SVG при помощи каскадных таблиц стилей (CSS), а используя JavaScript, SVG-изображения можно анимиро-

вать. Формат поддерживается всеми браузерами и используется чаще всего для логотипов и значков.

Шаг 1. Выбираем шаблон сайта

Начнем с выбора обложки — пусть это будет шаблон **CR4 Обложка: заголовок и подзаголовок** (рис. 5.1).

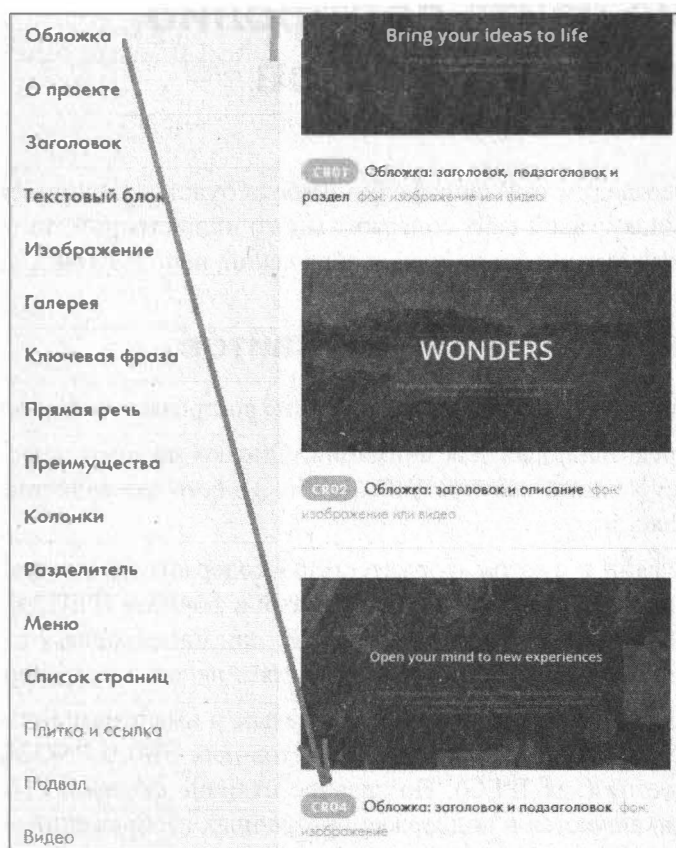


Рис. 5.1. Выбираем шаблон для сайта

Редактировать обложку можно, нажав на кнопку **Контент** (рис. 5.2).

Обложку мы изменим и для этого используем свой текст, сообщающий назначение сайта (табл. 5.1), и рисунок для новой обложки сайта (рис. 5.3).

Таблица 5.1. Текст для первого блока сайта

МОЕ ПОРТФОЛИО

На сайте я разместил информацию о созданных мною учебных курсах, об изданных книгах, о моих дипломах, грамотах, сертификатах, аттестатах, благодарностях и так далее. Возможно, что это нескромно. Зато — правда.

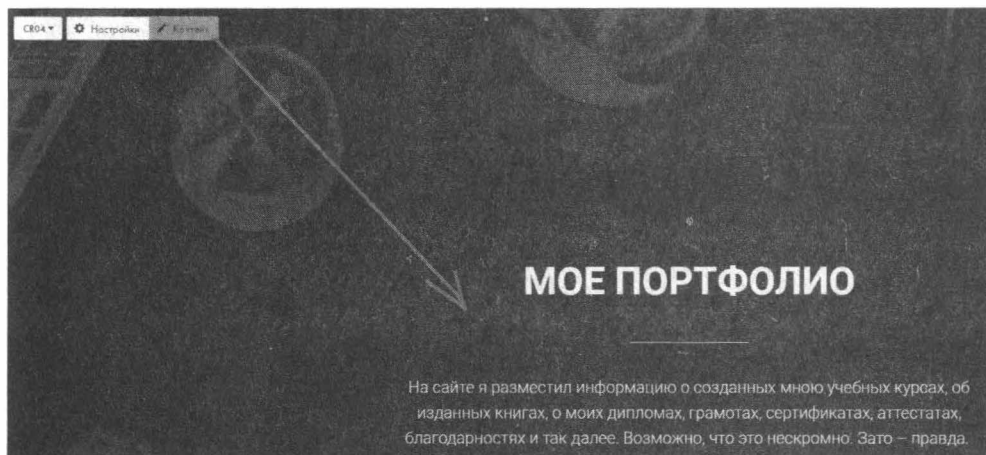


Рис. 5.2. Начинаем менять шаблон под свои задачи

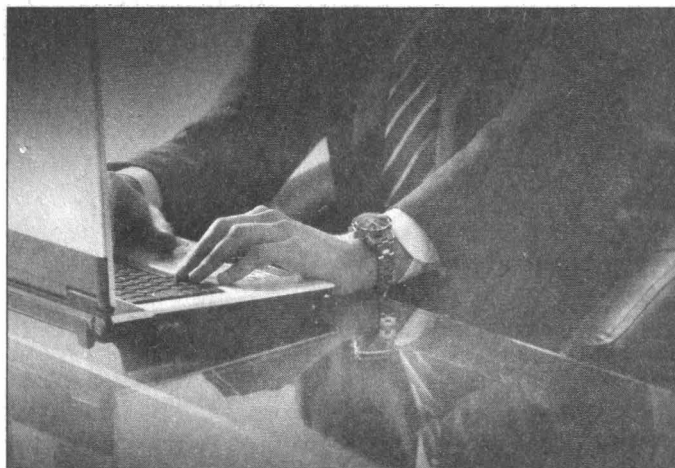


Рис. 5.3. Заготовка для обложки первого блока сайта

Зайдем в **Настройки** и добавим на обложку стрелку вниз, чтобы показать пользователю на продолжение информации сверху вниз (рис. 5.4).

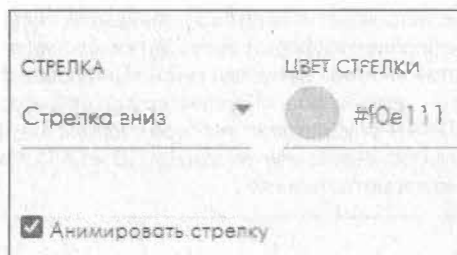


Рис. 5.4. Добавляем на экран стрелку вниз

Нажмем теперь на кнопку **Сохранить и закрыть**. Затем, удерживая клавишу <Ctrl>, нажмем на кнопку **Предпросмотр** — страница откроется в отдельном окне (рис. 5.5).

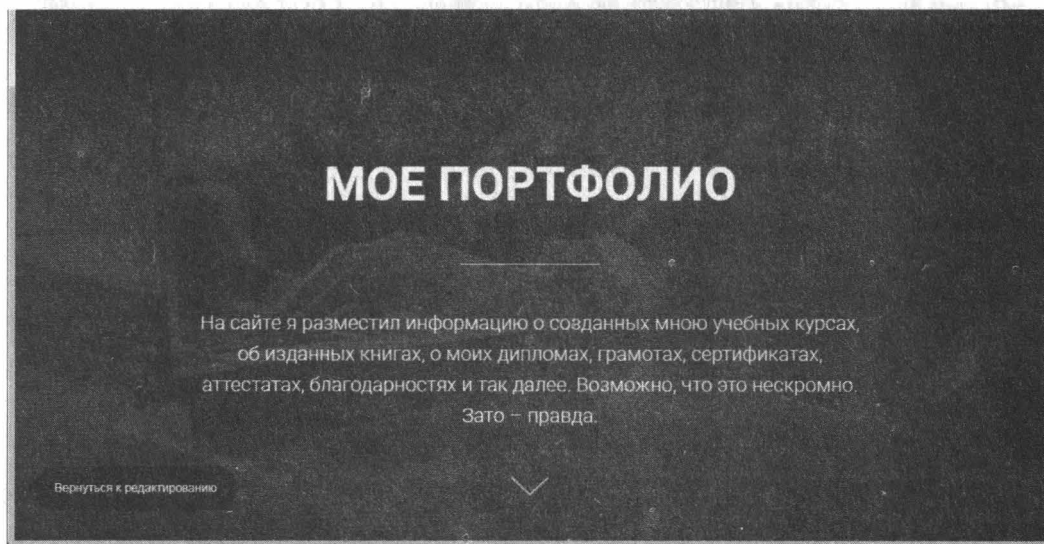


Рис. 5.5. Первый экран готов

Шаг 2. Текстовый блок

Второй блок будет содержать небольшой рассказ обо мне (табл. 5.2).

Таблица 5.2. Текст для второго блока

<p>Пара слов обо мне</p> <p>Кандидат педагогических наук. Преподаватель высшей квалификационной категории в ПТК НовГУ. Преподавал такие спецдисциплины как «Компьютерная графика» (Adobe Photoshop, CorelDRAW, InDesign, основы рекламы и др), «Компьютерные и телекоммуникационные сети» (LAN, WAN, Cisco), «Информатика», «Веб-дизайн» (создание статических и динамических сайтов с использованием HTML5, CSS3, PHP, WordPress, Tilda).</p> <p>Имею большое количество электронных и печатных публикаций, например, в издательстве «Академия» издал учебное пособие «Информационные технологии в профессиональной деятельности». В издательстве «Питер» выпустил книги «Цифровое фото» и «Цифровое видео», а также — самоучитель «Компьютер для секретаря и офис-менеджера». В издательстве «ДИАЛОГ-МИФИ» опубликовал учебное пособие «От Delphi 7 к Delphi 2006». А в издательстве «ВНУ» выпустил серию книг по записи CD и DVD. На обложки этих и других моих изданий можно посмотреть ниже.</p>

Рисунок для обложки будет таким (рис. 5.6).

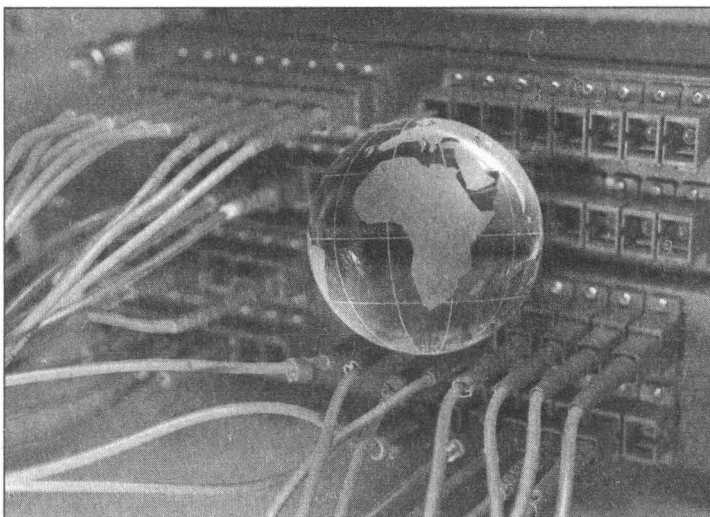


Рис. 5.6. Рисунок для замены исходной обложки

Для создания второго экрана нажимаем на кнопку «плюс», расположенную в нижней части блока, и из вариантов текстовых блоков останавливаемся на шаблоне **TX15 Текст на белой подложке** (рис. 5.7).

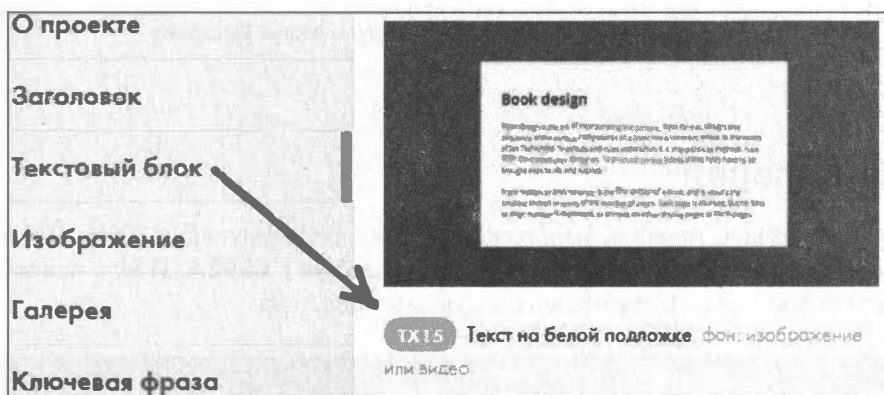


Рис. 5.7. Выбираем оформление для текстового блока

Текст шаблона заменим на свой, а чтобы текст выглядел нескучно — полужирным шрифтом добавим акценты. Затем выделим весь текст и выберем опцию **Типограф** (рис. 5.8).

НОВЫЙ ТЕРМИН

В Тильде есть специальный инструмент — **Типограф**, который автоматически заменяет в тексте все «неправильные» кавычки и тире, убирает лишние пробелы, а также ставит неразрывные пробелы, чтобы в тексте не было «висячих» предлогов и строк. Например, дефис «-» — это орфографический знак, а тире «—» — пунктуационный. «Елочки» — это французские кавычки (им отдается предпочтение в русском языке), а «английские двойные» принято использовать в англоязычных текстах.

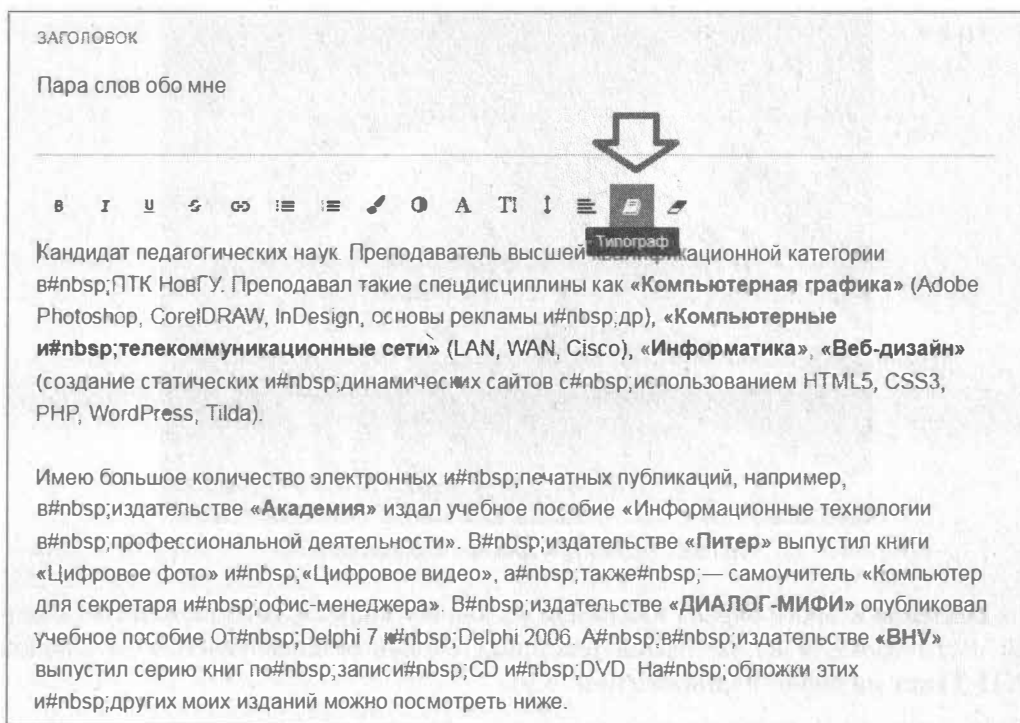


Рис. 5.8. Добавляем акценты и выбираем опцию **Типограф**

Шаг 3. Галерея

Прежде чем создать галерею изображений, мы предварительно создадим для нее заголовок командой **Библиотека блоков | Заголовок | TL02A**. После редактирования текста и фона у нас получилось следующее (рис. 5.9).



Рис. 5.9. Заголовок галереи на основе шаблона **TL02A**

Для экрана с галереей мы выберем командой **Библиотека блоков | Галерея вариант шаблона GL23** (рис. 5.10).

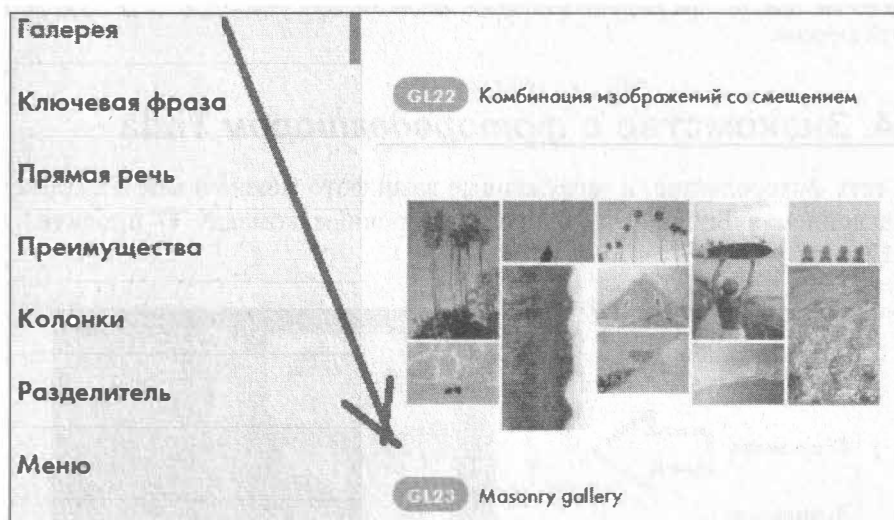


Рис. 5.10. Выбираем шаблон галереи

Фотографии шаблона меняем на свои (рис. 5.11) и сохраняем результат.

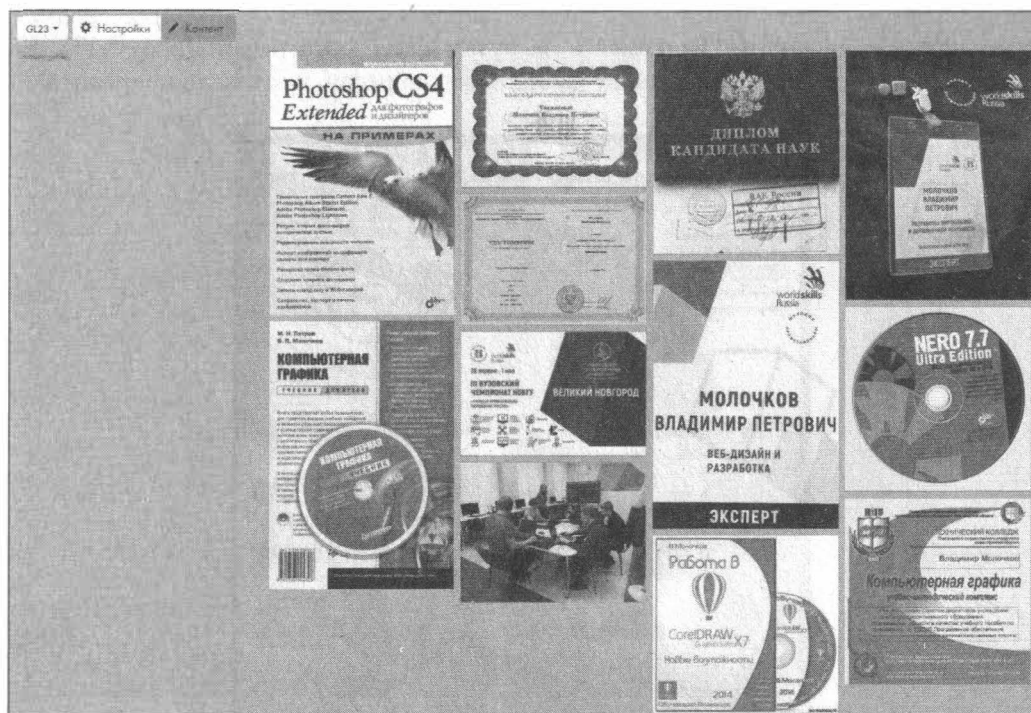


Рис. 5.11. Заполняем шаблон GL23 своими изображениями

ПРИМЕЧАНИЕ

Фотографии, загруженные в галерею и имеющие по большей стороне меньше 1680 px, сохраняют свой исходный размер. Все фотографии, имеющие изначально по большей стороне более 1680 px, при загрузке в галерею автоматически уменьшаются до 1680 px по большей стороне.

Шаг 4. Знакомство с фоторедактором Tilda

В Tilda есть фоторедактор, и загруженные вами фото можно в нем обработать. Для примера войдем в Библиотеку блоков и выполним команду **О проекте | АВ604** (рис. 5.12).



Рис. 5.12. Выбираем шаблон АВ604

Затем нажмем на кнопку **Контент** и загрузим свои фотографии (рис. 5.13). Как можно видеть, есть проблемы: текст на обложках обрезан, и это надо исправить.

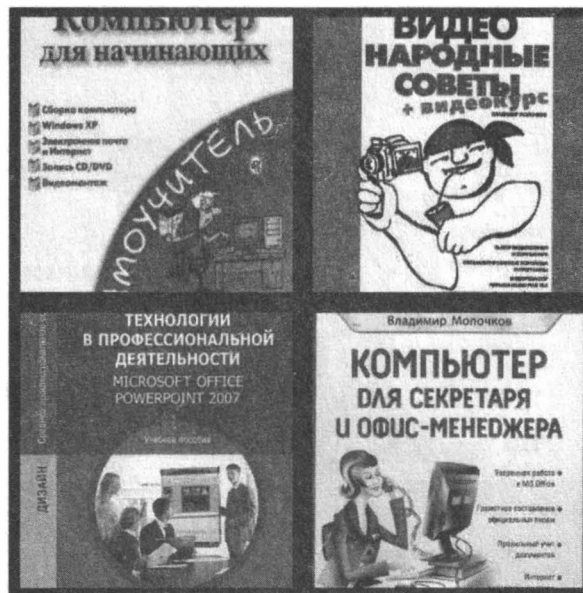


Рис. 5.13. Текст на обложках обрезан, и это надо исправить

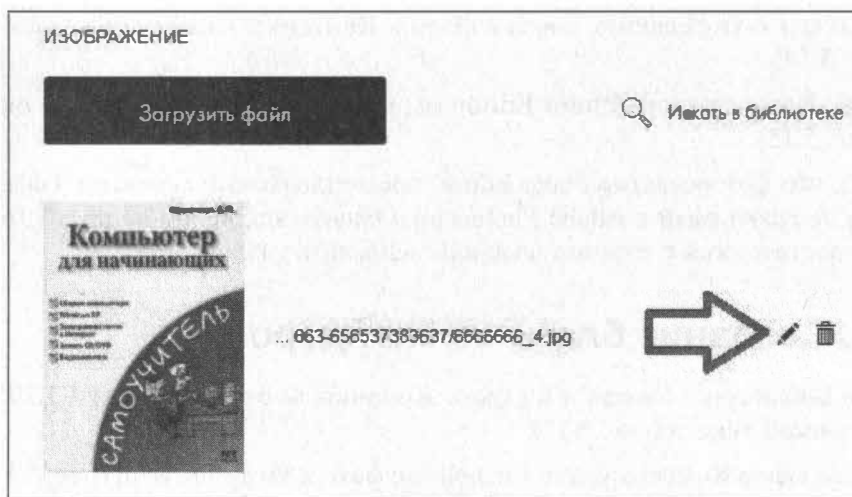


Рис. 5.14. Вызываем фоторедактор

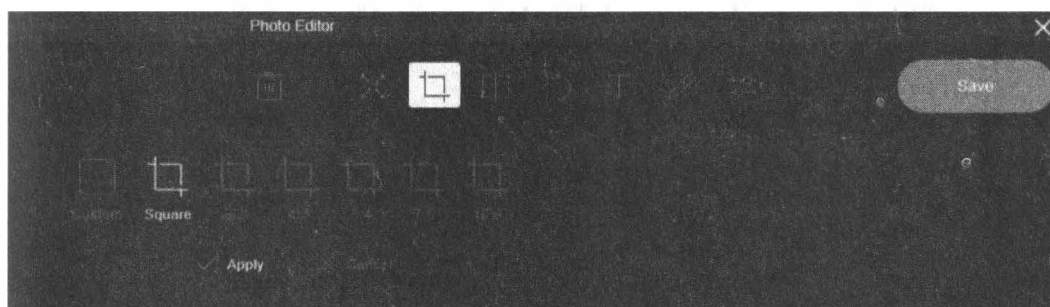


Рис. 5.15. Инструменты фоторедактора Photo Editor



Рис. 5.16. Изображения отредактированы

Чтобы вызвать фоторедактор, снова войдем в **Контент** и нажмем на значок **Карандаш** (рис. 5.14).

Интерфейс фоторедактора **Photo Editor** мы рассматривать не станем — он крайне прост (рис. 5.15).

Очевидно, что фоторедактор Photo Editor, предоставляемый сервисом Tilda, весьма слабый и не сравнимый с Adobe Photoshop. Однако, как видно на рис. 5.16, ситуацию с иллюстрациями с его помощью нам исправить удалось.

Шаг 5. Создание блока со слайдером

Войдем в Библиотеку блоков и в строке **Колонки** выберем вариант **CL20N Галерея с колонкой текста** (рис. 5.17).

С помощью меню **Контент** удалим исходные фото и загрузим свои (рис. 5.18).

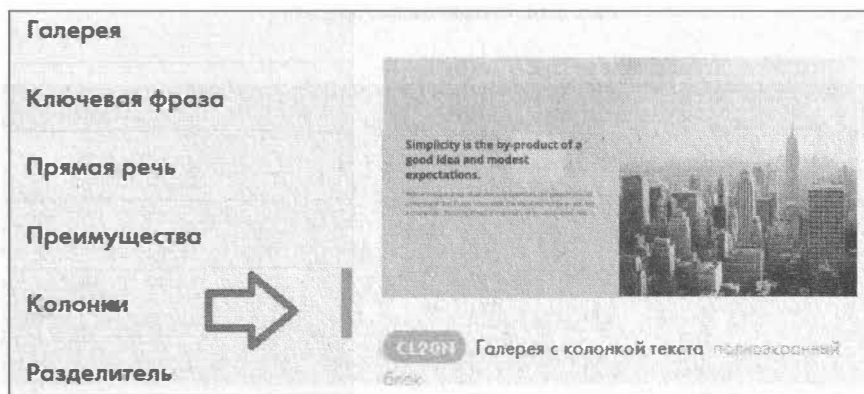


Рис. 5.17. Шаблон CL20N Галерея с колонкой текста

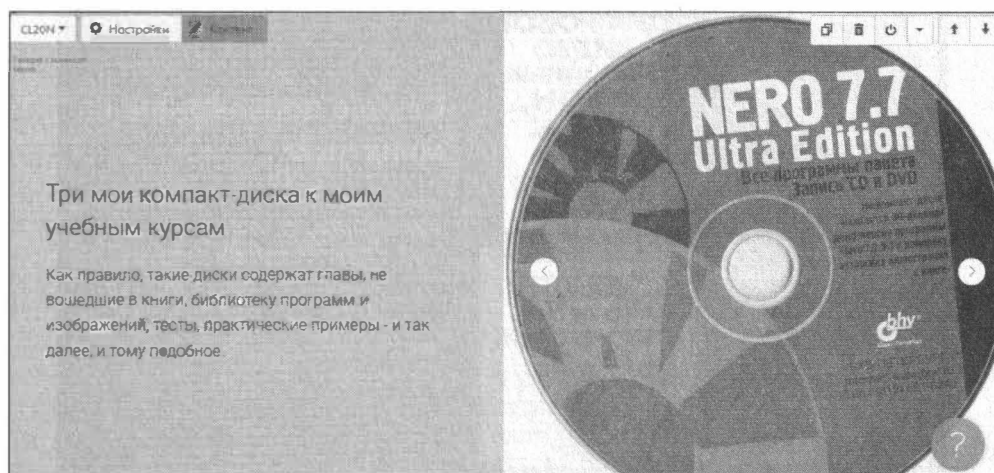


Рис. 5.18. Блок со слайдером готов

Шаг 6. Завершаем

Финальную страницу лендинга делаем в виде обложки **CR07**. Удаляем из шаблона надзаголовки и описание и вписываем свой текст. Это все — сайт готов (рис. 5.19).



Рис. 5.19. Страница, завершающая сайт

Опубликуем результат. Сайт публикуется на домене Tilda, но при желании вы можете задействовать и свой *домен* (рис. 5.20). Об организации собственного домена рассказано в *главе 13*.

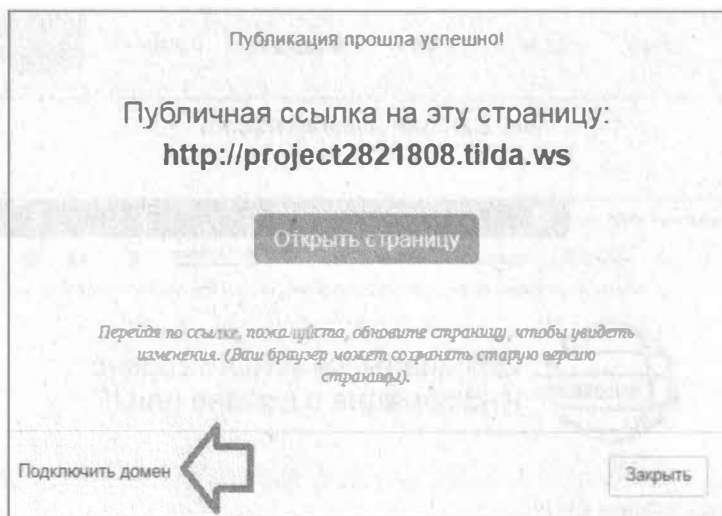


Рис. 5.20. Публикация прошла успешно

НОВЫЙ ТЕРМИН

Домен — уникальный адрес сайта, который вы видите в браузере. Домены продают компании-регистраторы доменов — такие, например, как **REG.RU** и др. (рис. 5.21). Примерная стоимость домена в зоне **.ru** — 200 рублей в год.

ПРИМЕЧАНИЕ

На сервисе **Whois** (рис. 5.22) можно бесплатно выяснить, свободен ли домен. Если информация по доменному имени не внесена в **Whois**, то выбранное вами доменное имя свободно и может быть зарегистрировано, то есть домен с таким именем можно купить.

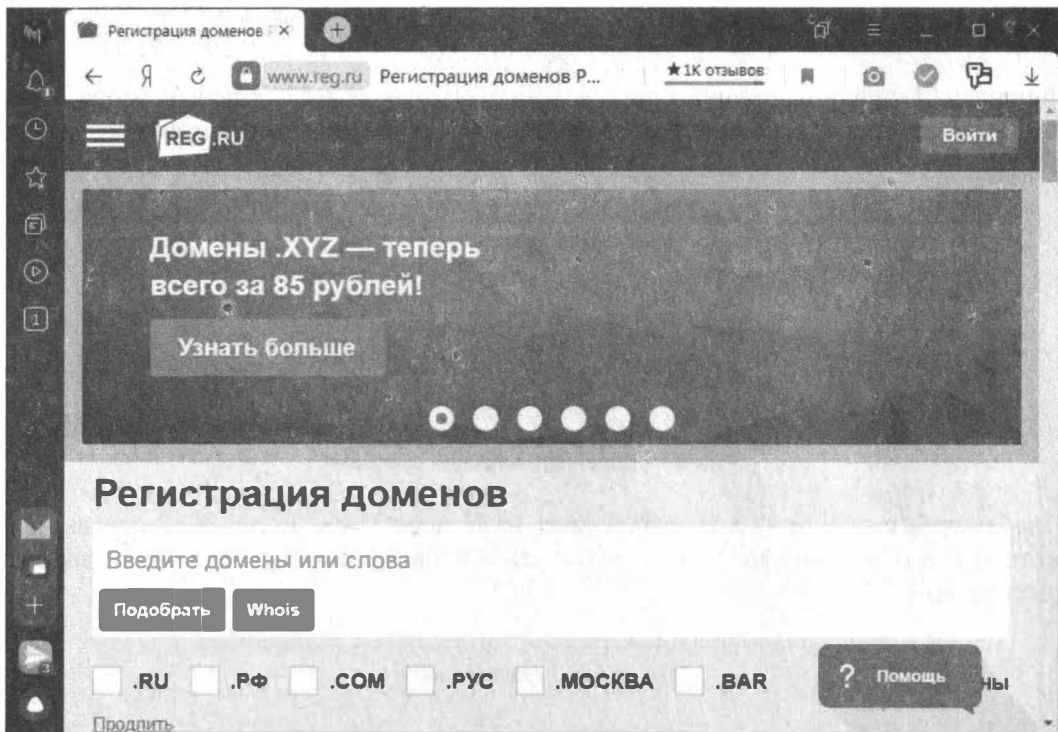
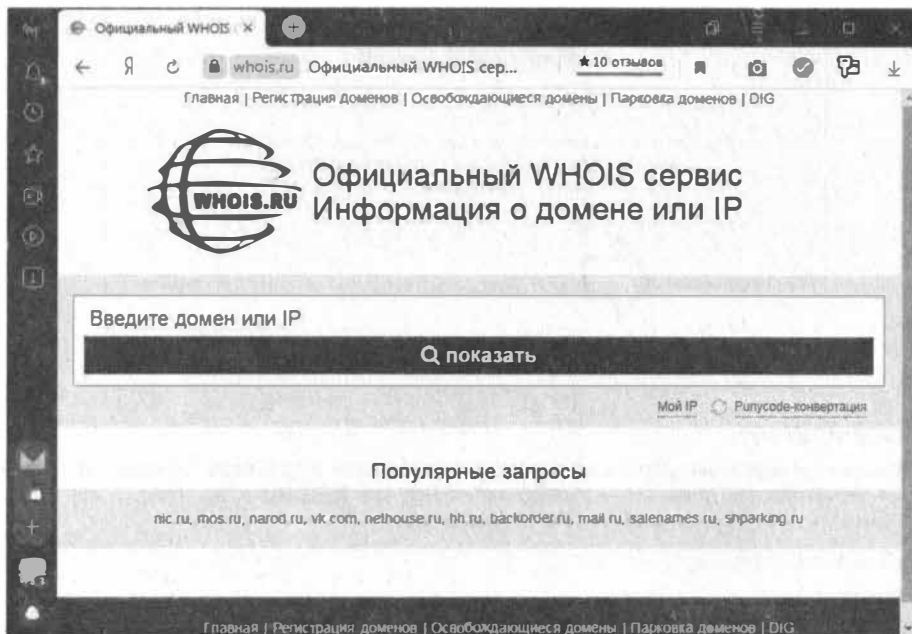


Рис. 5.21. Сайт компании REG.RU

Рис. 5.22. Сайт российской службы Whois (<https://whois.ru/>)

Добавляем видео с YouTube

В Библиотеке блоков командой **Видео** выбираем блок **VD01 Видео с Youtube** (рис. 5.23) и в **Контент** блока вставляем ссылку на это видео. Все. Можно запускать **Предпросмотр** или **Публиковать** (рис. 5.24).

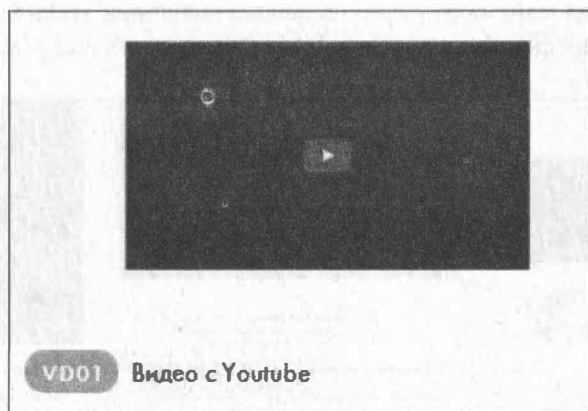


Рис. 5.23. Блок **VD01 Видео с Youtube**

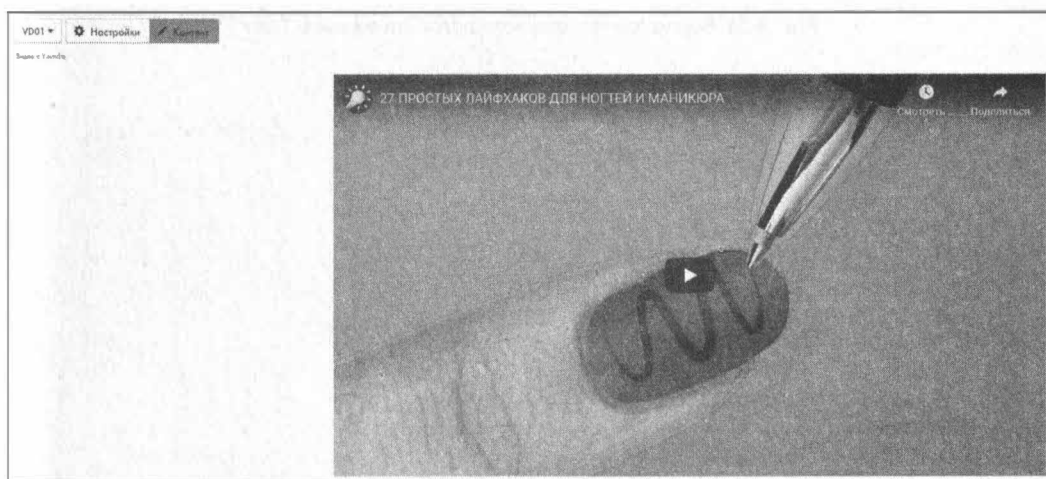


Рис. 5.24. Видео с **YouTube** помещено в блок **VD01**

Вопросы для самопроверки

- ♦ Как можно вызвать Библиотеку блоков?
- ♦ Во всех блоках или нет можно установить ваше изображение в качестве обложки?
- ♦ Для чего при нажатии на кнопку **Предпросмотр** нужно удерживать клавишу <Ctrl>?

- ◆ Каково назначение инструмента **Типограф**?
- ◆ Какой графический редактор более мощный: Photo Editor Tilda или MS Paint?

Задание

Создайте свой личный сайт-портфолио на основе шаблонов Tilda. Обратите внимание, что для создания портфолио на сервисе Tilda уже имеется ряд шаблонов (рис. 5.25).

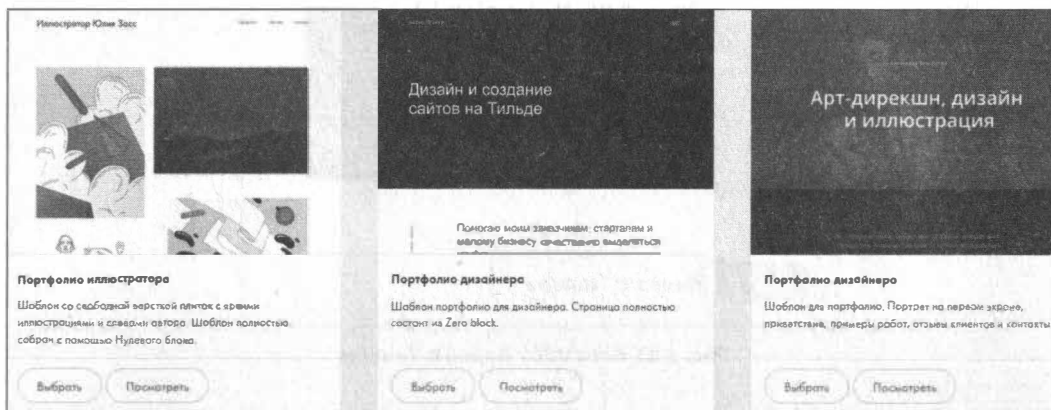
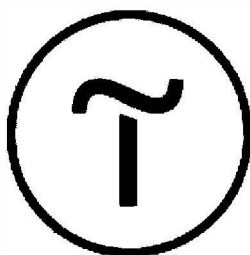


Рис. 5.25. Варианты готовых портфолио на сервисе Tilda



Часть II

Продолжаем и углубляем знакомство с Tilda

Глава 6. Создание интернет-магазина

Глава 7. Сайт-визитка

Глава 8. Базовые настройки сайтов на Tilda

Глава 9. Создание рассылок

Глава 10. Лендинг

Глава 11. Многоэкранный сайт с меню

Глава 12. Настройка анимации в блоках

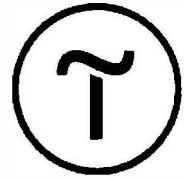
Глава 13. Регистрация домена и подключение его к Tilda

Глава 14. Шрифты на Tilda

Глава 15. Виджеты: расширяем функциональность Tilda

Глава 16. Добавление и настройка форм на сайте Tilda

Глава 17. Создание полноценного многостраничного сайта



ГЛАВА 6

Создание интернет-магазина

В этой главе мы рассмотрим учебные примеры по созданию простейшего интернет-магазина.

Шаг 1. В шаблон магазина подключаем карточки товаров

Создание магазина начнем с выбора шаблона для него и добавления карточек товаров. Итак, командой **Новая страница | Магазин** создайте новую страницу и выберите шаблон магазина (рис. 6.1).

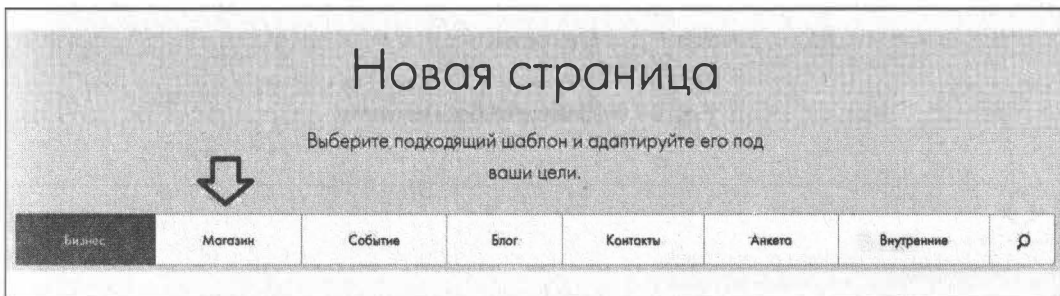


Рис. 6.1. Выполняем команду
Новая страница | Магазин

Для онлайн-магазина мы выберем базовый шаблон магазина с логотипом, описанием, плиткой товаров и контактными данными (рис. 6.2).

Выбрав шаблон магазина, добавьте в магазин блок с карточками товаров — например, блок **ST305N** (рис. 6.3). Вы можете, при желании, использовать и другие блоки с карточками товаров из категории **Магазин**, например **ST300**, **ST310N** или **ST315N**.



Рис. 6.2. Выбираем шаблон магазина

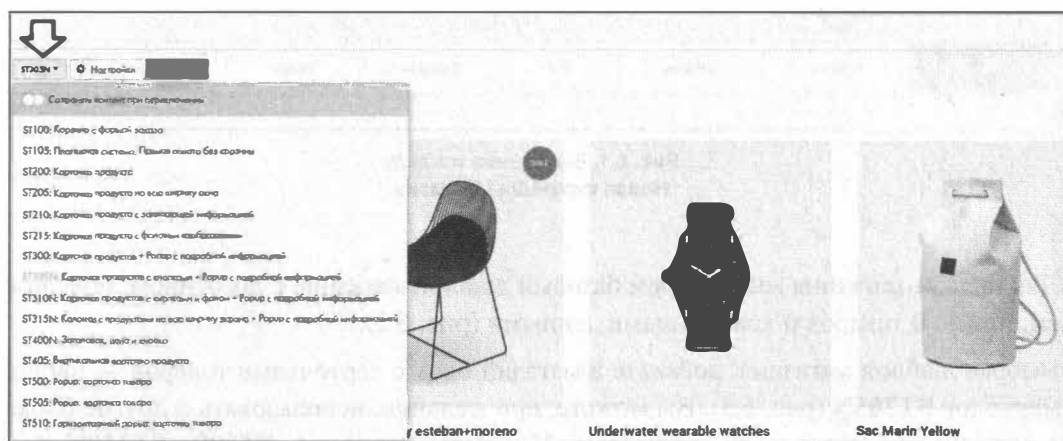


Рис. 6.3. Выбираем блок с карточками товаров ST305N

Шаг 2. Добавление товаров в магазин

Товар в магазин можно добавить вручную или через каталог товаров.

Способ 1. Добавляем товар вручную

После добавления на страницу магазина блока с карточками товаров зайдите в **Контент** и заполните эти карточки. Предположим, что у нас будут товары для подводной охоты (рис. 6.4).



The screenshot shows a web form for adding a product. At the top, it says 'КАРТОЧКА 1' and has buttons for 'Дублировать', 'Выключить', 'Удалить', 'Вверх', and 'Вниз'. Below this is a section 'СПИСОК ИЗОБРАЖЕНИЙ' with a 'Загрузить файлы' button. A small image of a diving gun is shown with the filename '4464-a133-666333062610_.png' and a 'Заменить фото' button. The 'ЗАГЛОВОК' (Title) field contains 'Ружье для подводной охоты ВЕКТОР'. The 'ОПИСАНИЕ' (Description) field contains text about Vector guns. The 'ТЕКСТ' (Text) field contains information about gun sizes.

Рис. 6.4. Заполняем карточку № 1

Для учебных целей мы заполнили данными только три карточки (рис. 6.5) — этого вполне хватит, чтобы вы поняли суть дела. В эти карточки мы загрузили фотографии, добавили описания, указали цену на товар — это значит, что товары в магазин «завезены».

Способ 2. Добавление товаров через каталог товаров

Если товаров много — не один, не два, а целый список, то для управления ими имеет смысл работать с каталогом товаров.

Чтобы получить доступ к каталогу товаров, опуститесь в нижнюю часть списка карточек, перейдите по ссылке **каталог товаров** (рис. 6.6) и в открывшемся окне нажмите на кнопку **Начать работать с каталогом** (рис. 6.7). В результате откроется окно **Каталог** (рис. 6.8).



Рис. 6.5. Мы заполнили три блока с карточками товаров

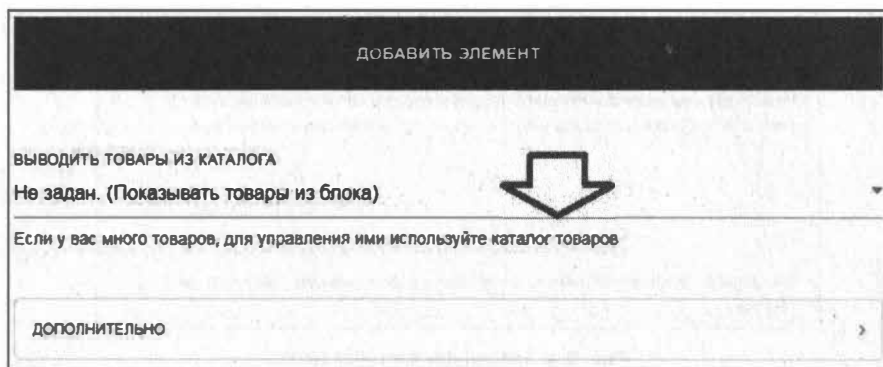


Рис. 6.6. Перейдите по ссылке каталог товаров

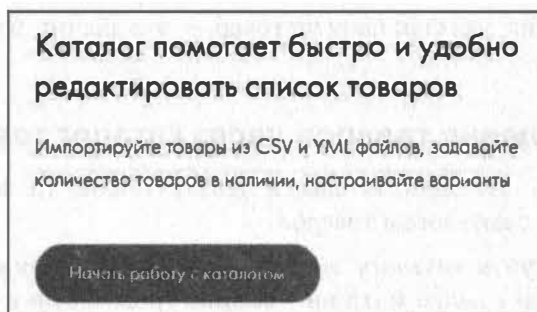


Рис. 6.7. Кнопка Начать работать с каталогом

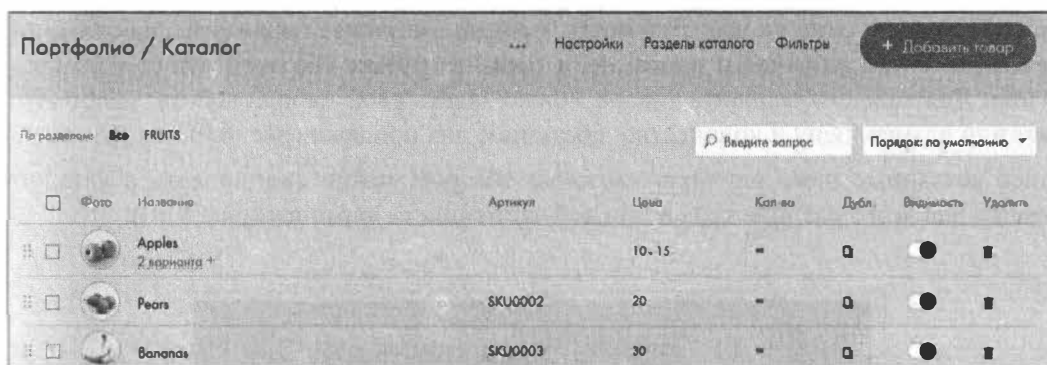


Рис. 6.8. Мы вызвали каталог товаров

ЗАГОЛОВОК
Амортизатор

ОПИСАНИЕ
Амортизирует лить и гарпун при выстреле

ТЕКСТ
Позволяет создавать натяжение литья при подготовке ружья к выстрелу.

ИЗОБРАЖЕНИЯ
Загрузить файлы


... 66-b738-393032613838/photo.png
Заменить фото
Видео

ЦЕНА
800,00 руб.

СТАРАЯ ЦЕНА

SKU (АРТИКУЛ)
КОЛИЧЕСТВО

ВАРИАНТЫ ТОВАРА

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ

РАЗДЕЛЫ КАТАЛОГА
Ружья ВЕКТОР и коллекционные (Удалить)

Выберите раздел

Рис. 6.9. Указываем для товара набор его свойств

Нажмите в этом окне кнопку **Добавить товар** и заполните параметры добавляемого товара — его название и описание, а также загрузите соответствующее изображение. Для каждого варианта товара можно задать свой набор свойств: например, цвет или размер, цену и количество, доступное для продажи (рис. 6.9).

Ранее созданные нами вручную карточки товаров можно скопировать в каталог. Ссылка для этого расположена в нижней части списка карточек (рис. 6.10).

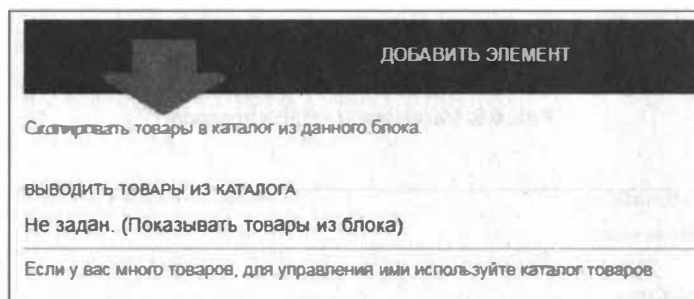


Рис. 6.10. Ссылка для копирования карточек товара в каталог



Рис. 6.11. Пять товаров в каталоге магазина

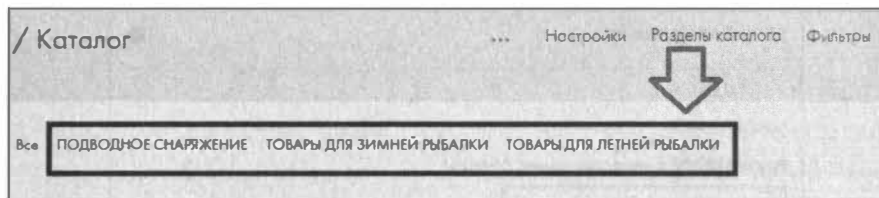



Рис. 6.12. В каталоге созданы три категории товаров

Итак, три карточки на товар мы создали вручную и два товара (амортизатор и накладку) добавили через каталог товаров. После копирования карточек в каталог в нашем магазине стало пять товаров (рис. 6.11).

Обратите внимание, что в каталог можно добавить до 5 тыс. товаров и создать для них до 200 разделов (категорий). Для примера мы создали в каталоге три раздела (рис. 6.12).

Шаг 3. Работа с корзиной

Добавление корзины с формой заказа

Нажмите для создания нового блока на черный значок «плюс»  и добавьте на страницу из раздела **Магазин** блок **ST100 Корзина с формой заказа** (рис. 6.13). Затем добавьте на страницу блок с карточками товара — например, **ST210** (рис. 6.14). Заполните и сохраните карточку товара (рис. 6.15).

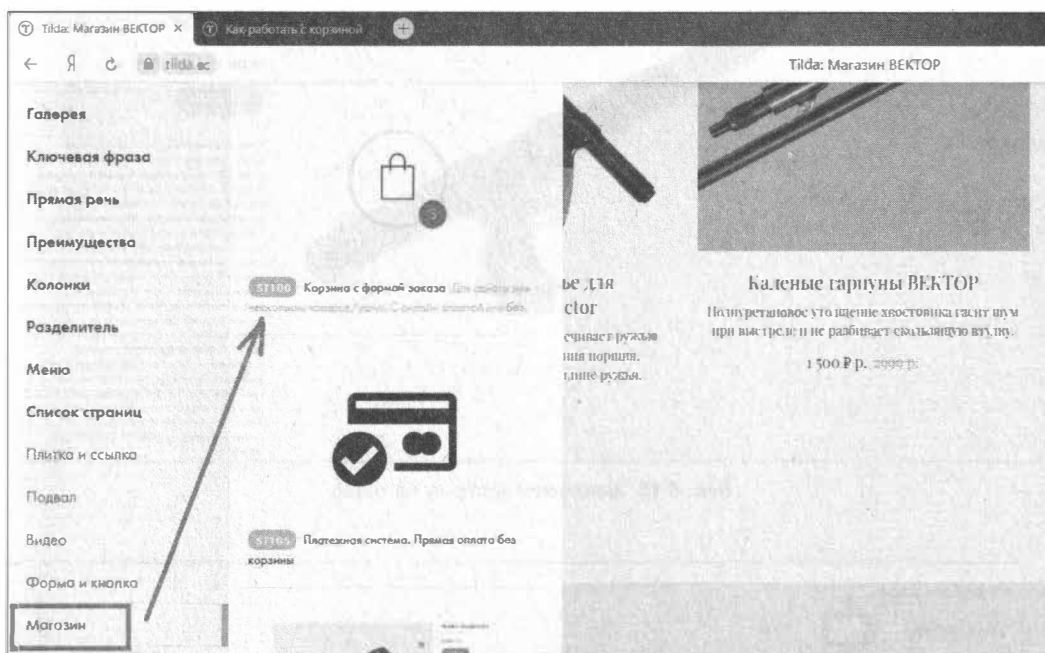


Рис. 6.13. Добавление корзины с формой заказа

В карточке товара имеется кнопка **BUY NOW**, и вы ее можете настроить по своему усмотрению (рис. 6.16).

Если теперь нажать на красную кнопку **BUY NOW**, то откроется форма для оформления заказа и покупки товара (рис. 6.17).





Рис. 6.17. При добавлении товара в корзину открывается окно с формой заказа

Опубликуйте готовую страницу, и магазин начнет работать — товары можно будет добавлять в корзину и оформлять покупки по заявкам покупателей на товар.

Определение денежных единиц для магазина

Перейдите в настройки сайта и на вкладке **Платежные системы** задайте наименование для денег, принимаемых в оплату товаров в вашем магазине. После этого в карточке товара и в корзине заданное вами название валюты будет появляться автоматически (рис. 6.18).

Определение платежной системы для оплаты товара

В Tilda вы можете использовать 13 различных платежных систем. Они подключаются в настройках сайта на вкладке **Платежные системы** (рис. 6.19). Подробная информация о получении платежей через эти платежные системы предоставляется в справочной системе сервиса Tilda. Распространенная практика — принимать оплату через сервис онлайн-платежей **Яндекс.Деньги** или на карту Сбербанка.

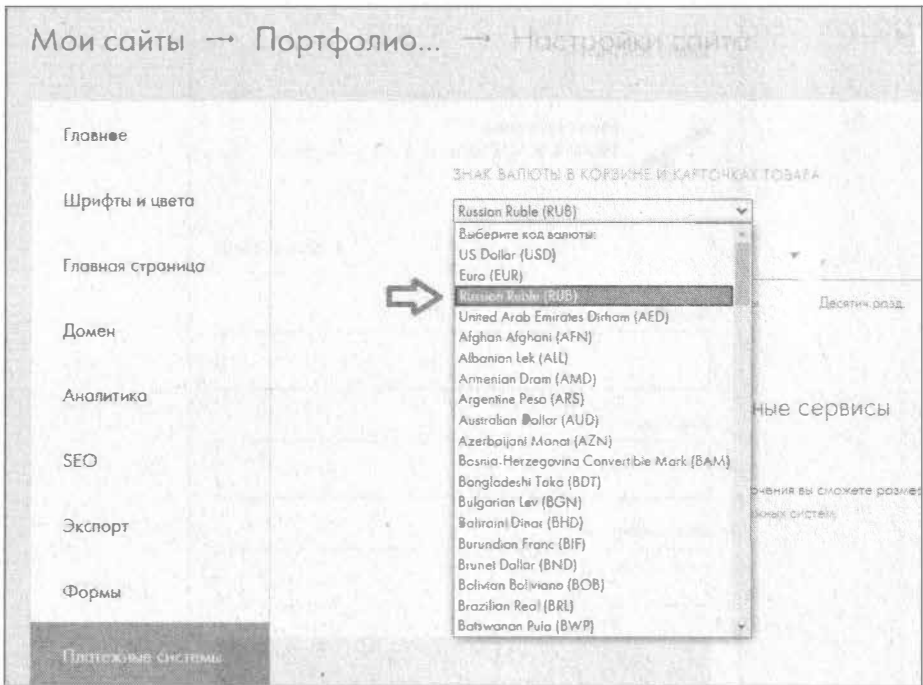


Рис. 6.18. Задаем знак валюты

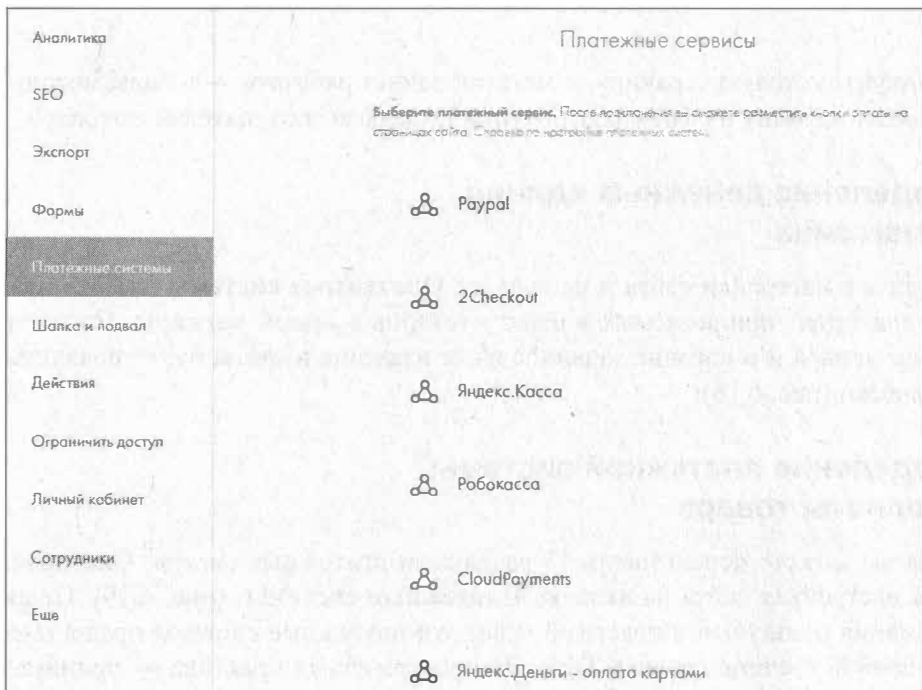


Рис. 6.19. Результат выполнения команды Настройки сайта | Платежные системы

Продажа товаров без корзины

Этот вариант мы рассмотрим на примере продажи электронного учебного курса по какому-либо предмету. У нашего электронного учебника будет фиксированная стоимость. При этом одному человеку можно продать только один учебник, поскольку покупать два одинаковых учебника ему смысла нет.

Начнем реализацию такого способа продажи с создания первой страницы на основе обложки **CR01** (рис. 6.20). Затем в настройках сайта подключим платежную систему — например, **Яндекс.Деньги** (рис. 6.21).



Рис. 6.20. Создаем первую страницу сайта

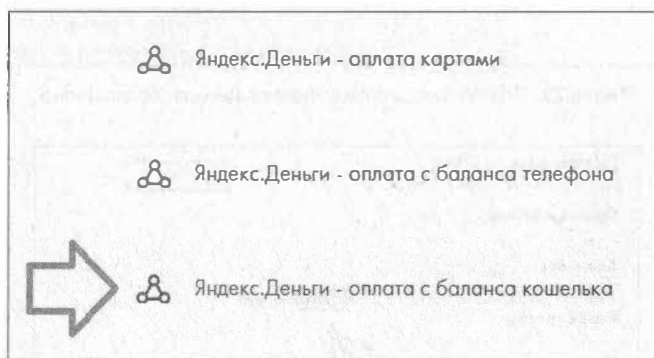


Рис. 6.21. Выбираем платежную систему **Яндекс.Деньги**

Заполнив форму **Яндекс.Деньги** данными продавца, выполним команду **Все блоки | Магазин | блок ST105** (рис. 6.22). Настроек блок **ST105** не требует (рис. 6.23).

Добавим на сайт кнопку, выполнив команду **Форма и кнопка | кнопка BF101** (рис. 6.24).

Для кнопки пропишем ссылку следующего вида: **#order:Название=Цена**. Конкретно в нашем случае ссылка будет такая: **#order:Электронный учебник=1000** (рис. 6.25).

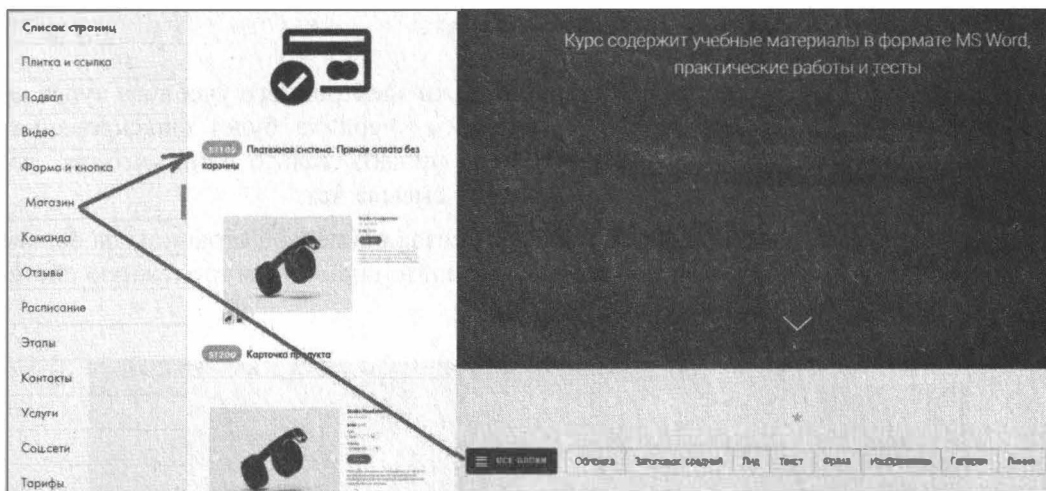


Рис. 6.22. Подключаем блок ST105 Платежная система. Прямая оплата без корзины

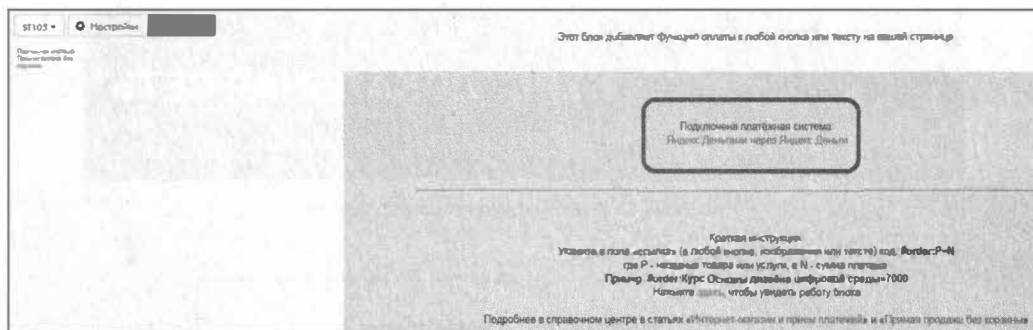


Рис. 6.23. Платежная система Яндекс.Деньги подключена

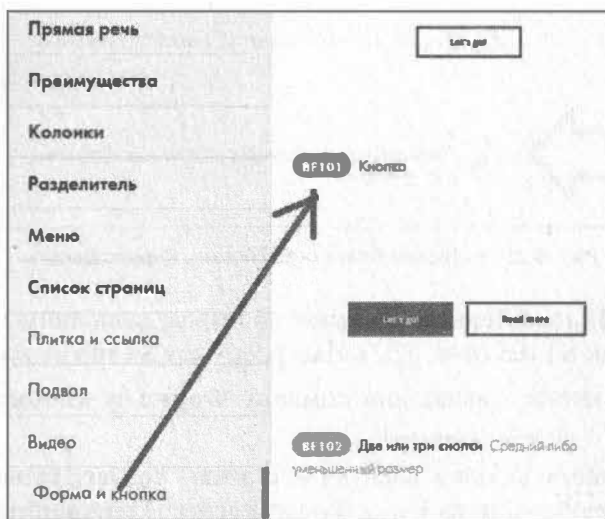


Рис. 6.24. Добавляем на сайт кнопку

Осталось выполнить команду **Сохранить и закрыть** | **Опубликовать**. Теперь при нажатии на кнопку, показанную на рис. 6.26, пользователь будет переадресован в платежную систему Яндекс.Деньги для оплаты курса (рис. 6.27) или на форму **Ваш заказ**, если платежная система еще не подключена (рис. 6.28).

Рис. 6.25. Организуем ссылку для кнопки

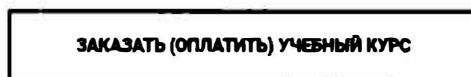


Рис. 6.26. Созданная нами кнопка BF101

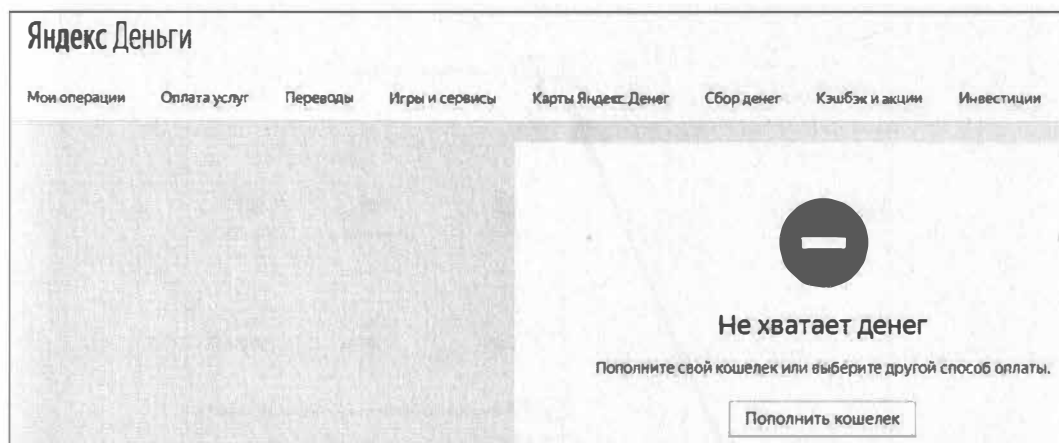


Рис. 6.27. Окно платежной системы Яндекс.Деньги

Этим способом (без корзины) можно продавать любой единичный товар. Когда же у вас товаров несколько, но каждый из них продается в единственном числе, способ можно усовершенствовать. Пусть, например, вы продаете два разных учебных курса. В таком случае имеет смысл использовать блок **PL100 Карточки с тарифами** из раздела **Тарифы** (рис. 6.29). Напоминаю, что для этого вы должны войти в Библиотеку блоков через команду **Все блоки**.

Ваш заказ:

Электронный учебник 1 1 000 р.

Сумма: 1 000 р.

Ваше имя

Ваш Email

Ваш телефон

Оформить заказ

Рис. 6.28. Форма Ваш заказ

Список страниц

- Плитка и ссылка
- Подвал
- Видео
- Форма и кнопка
- Магазин
- Команда
- Отзывы
- Расписание
- Этапы
- Контакты
- Услуги
- Соц.сети
- Тарифы
- Партнеры

PL100 Карточки с тарифами 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

PL102 Разделенные карточки с иконкой, ценой и описанием 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

Рис. 6.29. Вызываем блок PL100

В блоке **PL100** содержатся четыре карточки на товар и четыре кнопки (рис. 6.30). Пропишите для кнопок соответствующие ссылки — например, для первой: **#order:Курс «WordPress» =500**, а для второй **#order:Курс «Тильда» =700** (рис. 6.31).

Рис. 6.30. Контент блока **PL100**

Рис. 6.31. Организуем продажу двух учебных курсов без корзины

При щелчке мышью на кнопке **Купить** пользователь получит возможность оплатить и купить выбранный им товар (рис. 6.32). Обратите внимание, что здесь идет оплата через форму — это вариант, когда платежная система еще не подключена.

The image shows two side-by-side screenshots of a checkout form titled 'Ваш заказ:'. The left form is for 'Курс «WordPress»' priced at 500 p. The right form is for 'Курс «Тильда»' priced at 700 p. Both forms have a 'Сумма: 500 p.' or 'Сумма: 700 p.' label. Below the price, there are three input fields: 'Ваше имя', 'Ваш Email', and 'Ваш телефон'. At the bottom of each form is a dark button labeled 'Оформить заказ'.

Рис. 6.32. Продажа двух товаров без корзины

Вы можете подключить сразу несколько платежных систем — тогда по нажатию на кнопку **Купить** вам предложат в выбранной вами системе зарегистрироваться. Если подключено несколько платежных систем, то на экране появится возможность выбора способа оплаты (рис. 33).

The image shows a payment screen with the amount '700 руб' and the text 'Курс «Тильда»'. Below this is a dark button labeled 'КУПИТЬ'. Underneath the button, there are three payment system options, each with an icon and text: 'Visa, MasterCard', 'Яндекс.Деньги', and 'Мобильный телефон'.

Рис. 6.33. Платежных систем для оплаты товара можно задать несколько

Продажа единственного товара или услуги

Продажа единичных товаров (книга, курс или консультация) возможна как через корзину, так и с переходом сразу в платежную систему.

Продажа единственного товара через корзину

Войдите в Библиотеку блоков и командой **Магазин** | блок **ST100** добавьте на страницу магазина корзину (рис. 6.34).

Проверьте, что по умолчанию в настройках корзины (рис. 6.35) включена опция **Открывать корзину после выбора товара** — в этом случае, как только покупатель нажмет на кнопку **Купить**, откроется *окно pop-up* с формой заказа.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Pop-up — это всплывающие окна на сайтах, которые привлекают внимание пользователя и содержат призыв к выполнению определенного действия: например, подписаться на email-рассылку, указать свой номер телефона, вступить в сообщества и т. д.

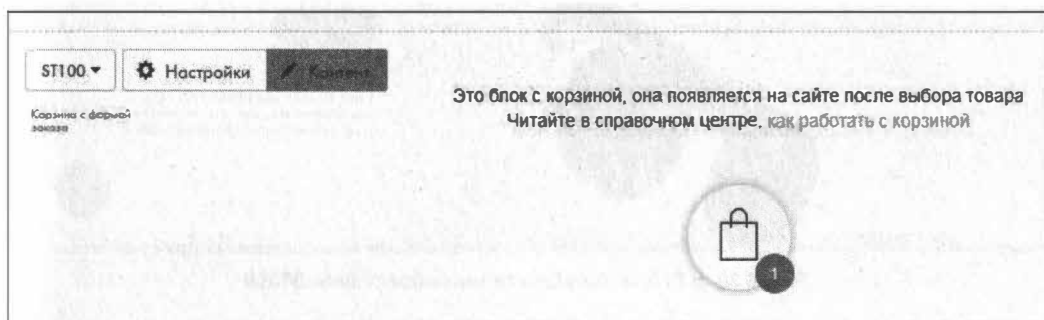


Рис. 6.34. В категории **Магазин** мы выбрали блок **ST100**

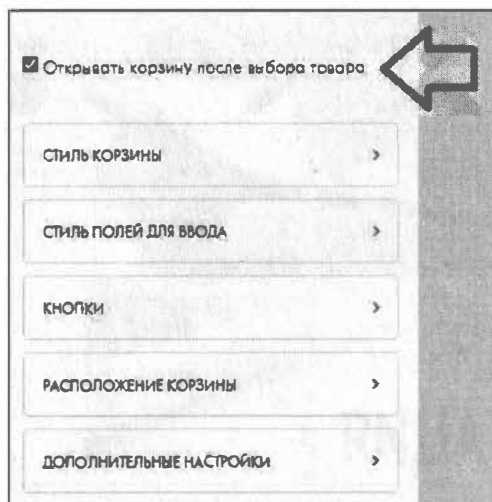


Рис. 6.35. Окно настроек корзины

Добавьте на страницу блок **ST200** с карточкой товара из категории **Магазин** (рис. 6.36) и отредактируйте этот блок под свой товар (рис. 6.37).

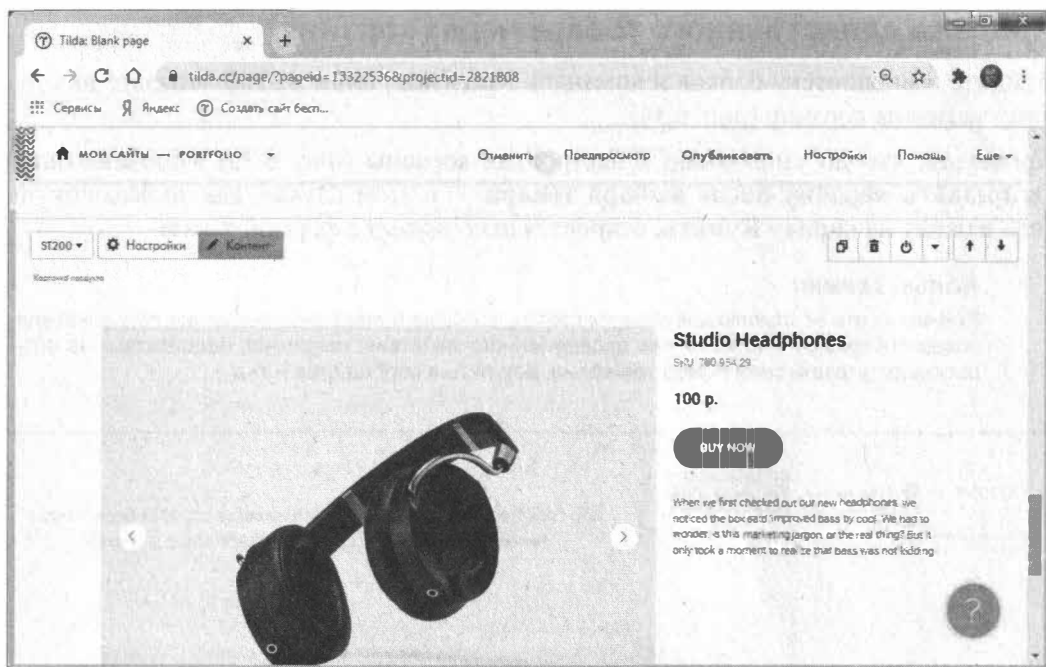


Рис. 6.36. В Библиотеке блоков мы выбрали блок **ST200**



Рис. 6.37. Мы будем продавать онлайн-консультации

В настройках сайта подключите платежную систему, опубликуйте сайт и попробуйте совершить покупку услуги — результат этих действий показан на рис. 6.38.

Ваш заказ:

КОНСУЛЬТАЦИИ
ЧЕРЕЗ ZOOM
по образцу сайта

1 300 р.

Сумма: 300 р.

Your Name

Your Email

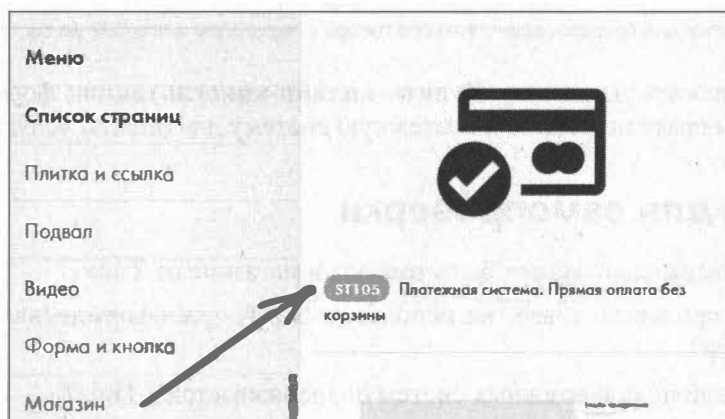
Your Phone

Checkout

Рис. 6.38. Pop-up с формой заказа

Продажа единственного товара с переходом сразу в платежную систему

Из категории **Магазин** добавьте на страницу сайта блок **ST105 Платежная система. Прямая оплата без корзины** (рис. 6.39). Подключите платежную систему. Впрочем, у нас уже подключена платежная система **Яндекс.Деньги** (рис. 6.40).

Рис. 6.39. Блок **ST105** добавляет функцию оплаты к любой кнопке или тексту на вашей странице

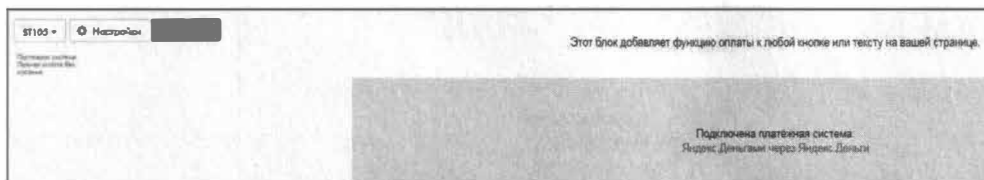


Рис. 6.40. Платежная система подключена

Войдите в Библиотеку блоков и в разделе **Форма и кнопка** подгрузите какой-либо блок с кнопкой — например, **BF101**. Отредактируйте текст кнопки (рис. 6.41).

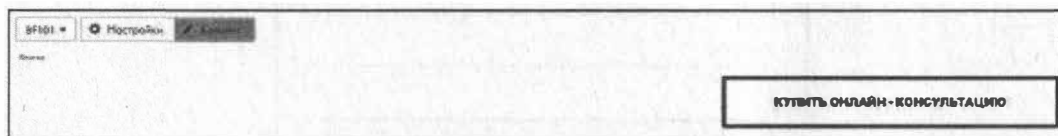


Рис. 6.41. Добавляем на сайт кнопку

Добавьте для кнопки ссылку следующего вида: **#order:Название товара=300**, где **Название товара** — это предлагаемый нами товар, а **300** — его цена (рис. 6.42).

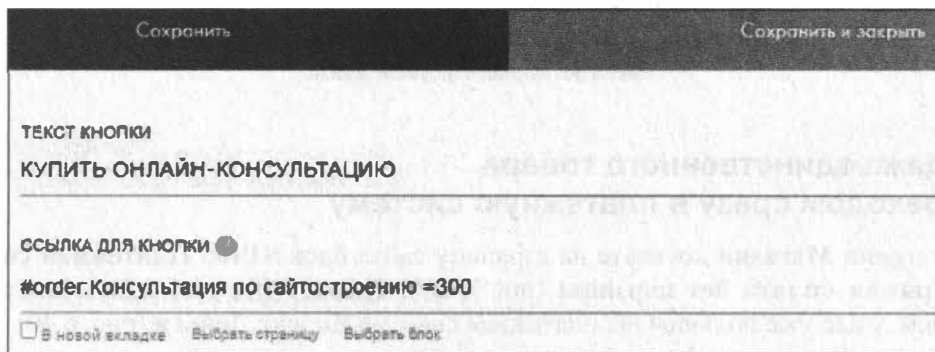


Рис. 6.42. Ссылка для продажи единственного товара с переходом в платежную систему создана

Теперь, если нажать на кнопку **Купить онлайн-консультацию**, форма заказа не появится — вы сразу перейдете в платежную систему для оплаты услуги/товара.

Вопросы для самопроверки

- ◆ Сколько максимально может быть товаров в магазине от Tilda?
- ◆ Можно ли продавать товар, не используя форму для оформления заказа и покупки товара?
- ◆ Сколько различных платежных систем поддерживается в Tilda?
- ◆ Можно ли организовать торговлю без корзины, если у вас товаров несколько и каждый из них продается в единственном числе?

Задание

1. Создайте на Tilda свой небольшой интернет-магазин.
2. Воспользуйтесь справочной системой Tilda и разберитесь самостоятельно в следующих темах:
 - создание товаров с выбором параметров;
 - варианты доставки товара;
 - создание скидки на товар (Промокод).

Магазин — тема большая. Более детально ознакомиться с ней вы можете не только с помощью справочной системы Tilda, но и, например, в разделе **Решения** подвала сайта Tilda Publishing (рис. 6.43).

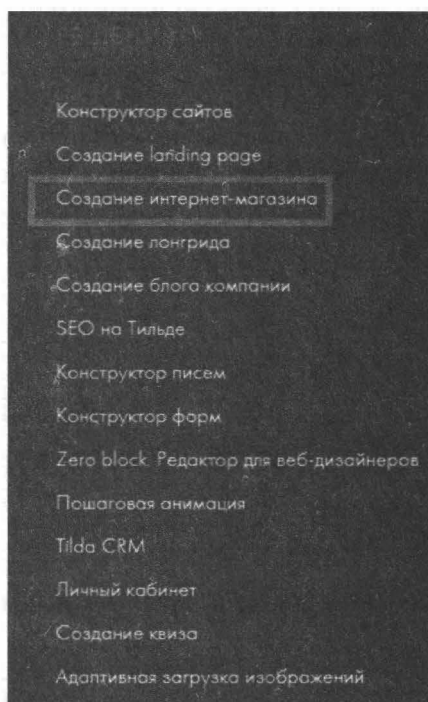
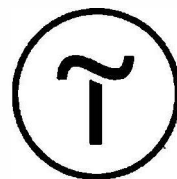


Рис. 6.43. Раздел Решения подвала сайта Tilda Publishing



ГЛАВА 7

Сайт-визитка

В этой главе мы создадим сайт, познакомившись с новыми инструментами в Tilda, — то есть рассмотрим те моменты, которых еще не касались.

Создаем страницы сайта

Зайдите в панель управления, нажмите кнопку **Создать новую страницу** и выберите вариант **Пустая страница**. На первую страницу мы поставим блок **Заголовок средний** (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Активируем блок TL03 Заголовок средний

Вторую страницу мы выполним на основе шаблона **Универсальная бизнес страница** (рис. 7.2) и конвертируем ее в Zero Block (рис. 7.3).

Работать в редакторе Zero Block мы научились в *главе 3*. Результат редактирования показан на рис. 7.4.

Теперь нажмите на кнопку «плюс» в нижней части страницы и из Библиотеки блоков выберите обложку **CR19** (рис. 7.5).

Редактирование информации в блоках можно выполнять без использования меню **Контент** — просто ставите курсор на текст или картинку и меняете шаблон под свои задачи (рис. 7.6).

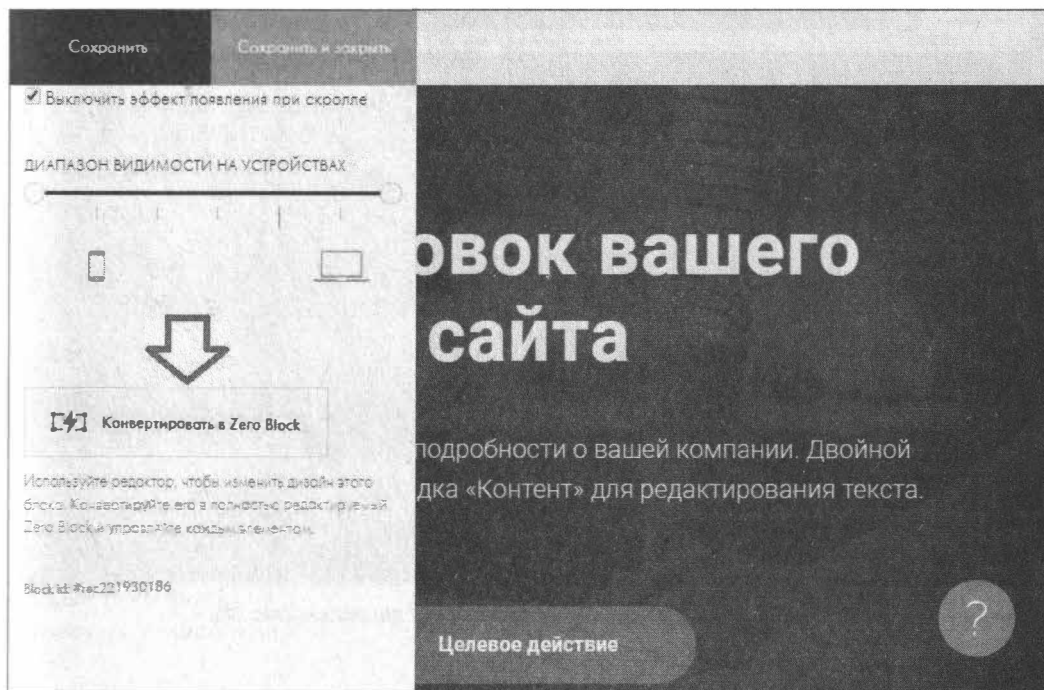


Рис. 7.2. Конвертируем обложку в Zero Block

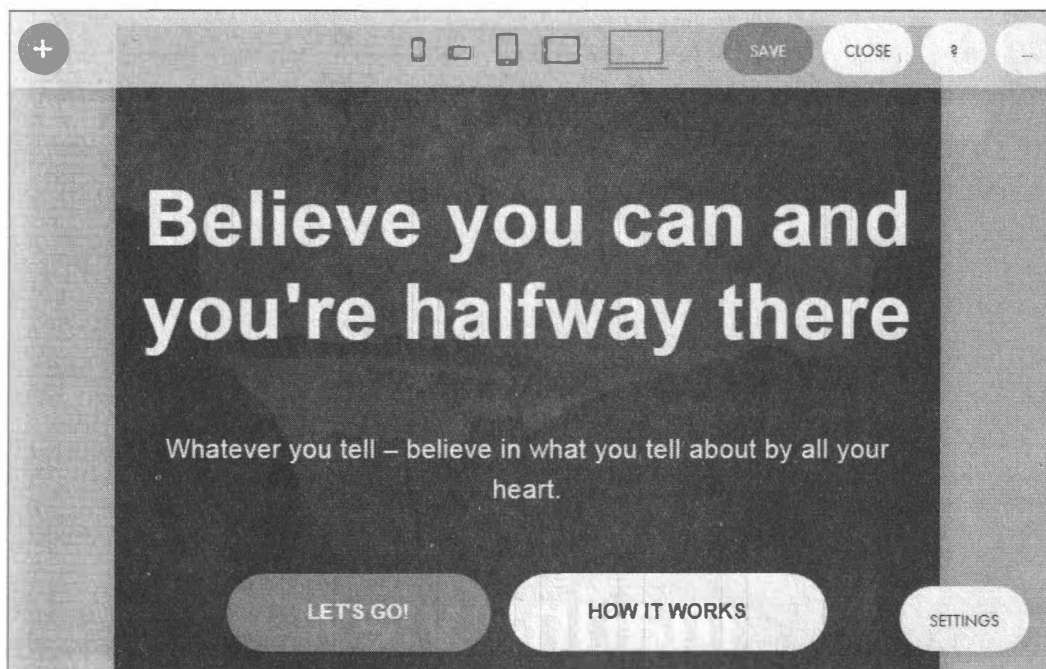


Рис. 7.3. Конвертация в Zero Block прошла успешно

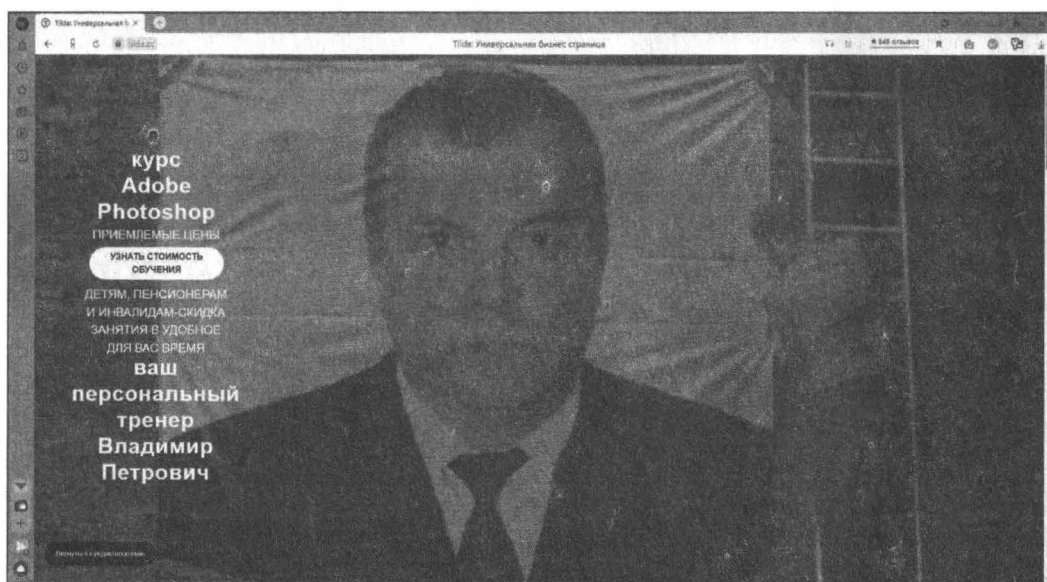


Рис. 7.4. Обложка этой страницы выполнена в редакторе Zero Block

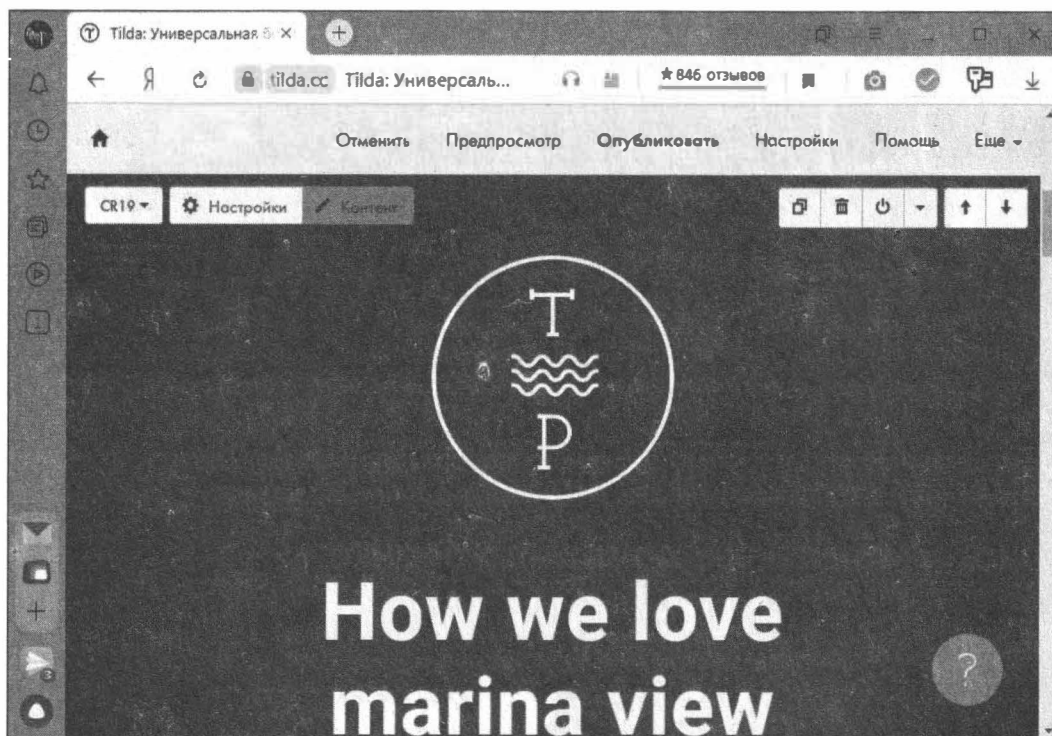


Рис. 7.5. Блок (шаблон) CR19



Рис. 7.6. Страница шаблона CR19 отредактирована

Бейджик

НОВЫЙ ТЕРМИН

Бейджик — это превью сайта, а также отображение ссылки на сайт в соцсетях. Оптимальный размер бейджика в социальной сети Facebook: 1200 на 630 пикселей.

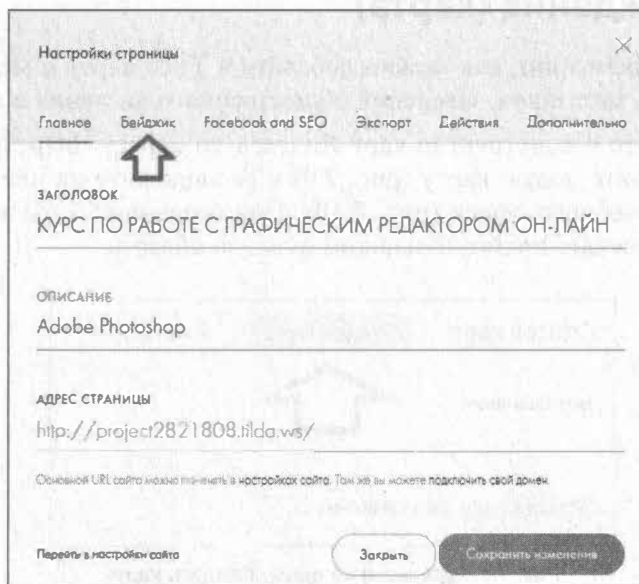


Рис. 7.7. Окно Настройка страницы

В Tilda создать бейджик можно, выполнив команду **Еще | Настройка страницы** (рис. 7.7).

Загрузим изображение для бейджика и посмотрим, что получилось (рис. 7.8).

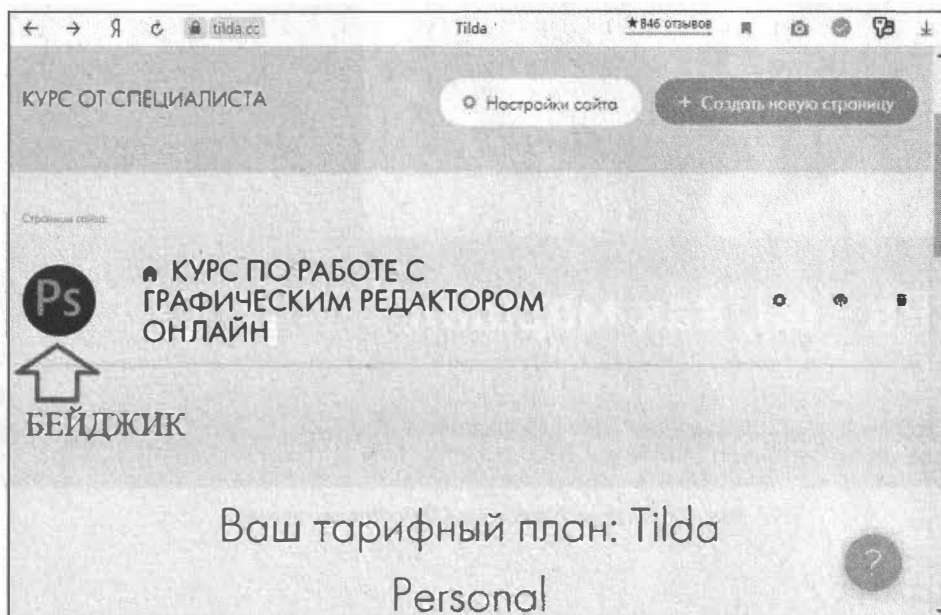


Рис. 7.8. Бейджик готов

Местонахождение (карта)

Давайте теперь посмотрим, как можно добавить в Tilda карту с местоположением объектов (офисов, магазинов, заведений общественного питания и пр.).

Для начала зайдите в конструктор карт Яндекс по адресу: <http://yandex.ru/map-constructor>, создайте новую карту (рис. 7.9) и расположите на ней метку с местоположением учебного офиса (рис. 7.10). При создании карты можно рисовать линии, а также отмечать прямоугольником нужную область.



Рис. 7.9. Нажимаем на кнопку **Создать карту**

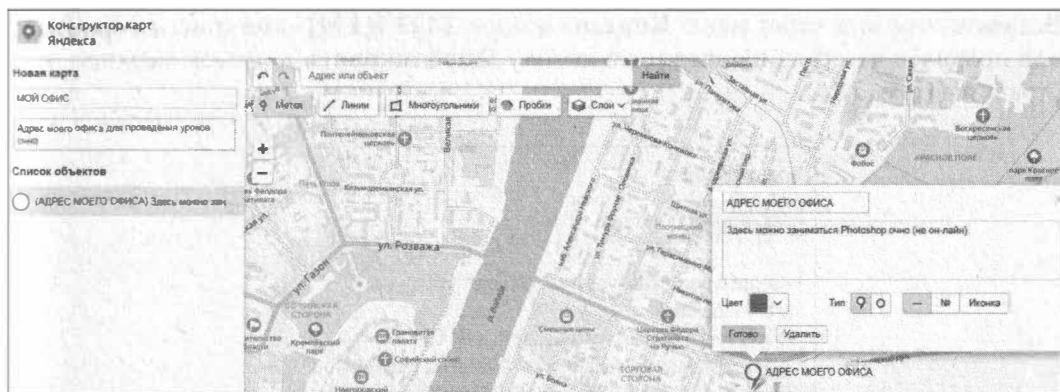


Рис. 7.10. В нужном месте карты ставим метку

Осталось выполнить команду **Готово | Сохранить и продолжить** (рис. 7.11). Теперь у нас есть возможность получить код карты (рис. 7.12).



Рис. 7.11. Здесь можно настроить параметры карты

Для удобства восприятия этот код (скрипт) представлен здесь в листинге 7.1.

Листинг 7.1. Программный код карты для сайта

```
<script type="text/javascript" charset="utf-8" async src="https://api-
maps.yandex.ru/services/constructor/1.0/js/?um=constructor%3A290031bd780b3e6211
9b08dalb356fb5d5fc4a48dffbf02fb2eaaa8b9056329&width=100%25&height=720&
&lang=ru_RU&scroll=true"></script>
```


Вставьте этот код через меню **Контент** в блок **T123 HTML-код** (рис. 7.13). Чтобы код появился на странице, нажмите кнопку **Опубликовать** в правом верхнем углу страницы (рис. 7.14).

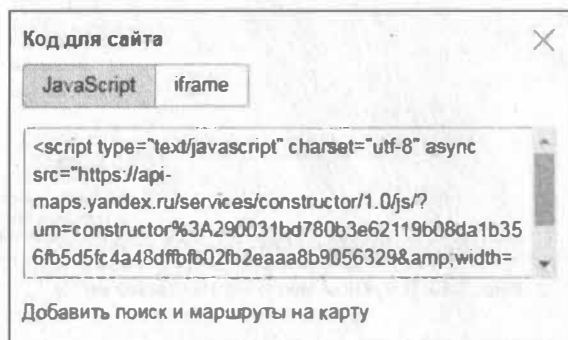


Рис. 7.12. Код карты для сайта

СОВЕТ

Чтобы добавить на сайт карту Google или Yandex, можно (помимо блока **T123** из категории **Другое**) использовать также блоки: **CN401**, **CN402**, **CN402A**, **CN403**, **CN404** из категории **Контакты**.

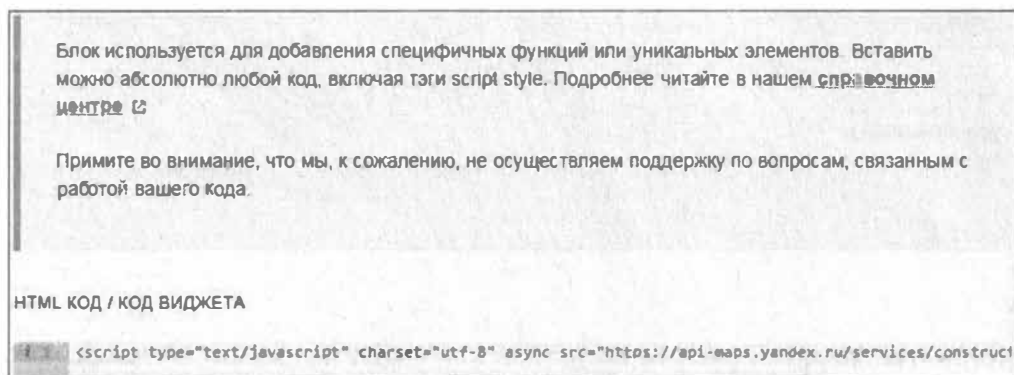


Рис. 7.13. Вставляем код в **Контент** блока

ПРИМЕЧАНИЕ

Чтобы блок **T123** стал доступен для работы с кодом, вам придется выполнить привязку своего телефона к своему профилю в Tilda (рис. 7.15).

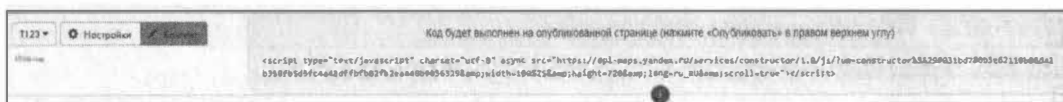


Рис. 7.14. Карта появится на странице только после публикации блока

The screenshot shows a web form titled 'Привязка номера телефона' (Phone number linking). On the left, there is a large input field with the placeholder text 'Введите номер телефона' (Enter phone number) and a hint below it: 'Пожалуйста, укажите номер в международном формате. Например: +7 000 0000000'. A 'Далее' (Next) button is at the bottom left. On the right, under the 'Профиль' (Profile) header, there are fields for 'Имя' (Name) with the value 'МАША', 'Эл. почта' (Email), and 'Адрес страницы' (Page address). Below these are 'Язык' (Language) with a 'Выбрать' (Choose) button and 'Страна' (Country) with a dropdown menu showing 'Россия' (Russia). A 'Телефон' (Phone) field contains '+79 ***** 96' with a large arrow pointing to it from the right. At the bottom right, there are links for 'Сменить пароль' (Change password) and 'Сменить' (Change).

Рис. 7.15. Привязка телефона к профилю в Tilda

При создании карты мы выбрали не статичный, а динамичный ее режим. Поэтому карту можно на сайте двигать, масштабировать и т. д. (рис. 7.16).



Рис. 7.16. Интерактивная карта опубликована на нашем сайте

Виджет для заказа обратного звонка

В этом разделе наша цель — создать динамичную кнопку, которая будет вместе с перемещениями по сайту двигаться вверх или вниз и внешне выглядеть, как показано на рис. 7.17.



Рис. 7.17. Внешний вид интерактивной кнопки обратного звонка

ПРИМЕЧАНИЕ

При просмотре сайта на смартфоне нажатие на такую кнопку активирует звонок. При просмотре сайта на компьютере виджет откроет форму обратной связи, в которой можно оставить номер телефона и таким образом организовать телефонную связь между хозяином сайта и его пользователем.

Выполните команду **Библиотека блоков | Форма и кнопки | Виджет для заказа обратного звонка** — чтобы добавить на страницу блок **BF901** (рис. 7.18).

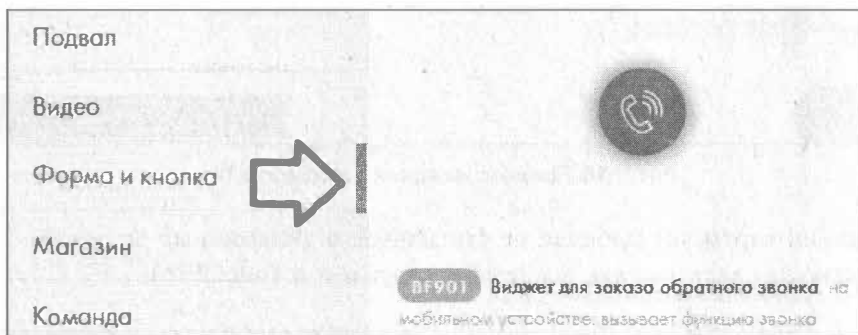


Рис. 7.18. Добавляем на страницу блок **BF901 Виджет для заказа обратного звонка**

Чтобы форма обратного звонка работала, необходимо подключить сервис для принятия данных из форм. Для подключения такого сервиса в меню **Контент** блока **BF901** нажмите на кнопку **Подключить** (рис. 7.19).

Всего в Tilda встроено 18 сервисов. Мы выберем сервис **Tilda CRM** — отправка данных из формы в лист заявок (рис. 7.20).

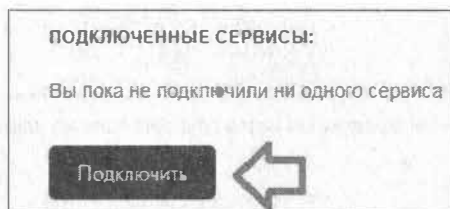


Рис. 7.19. Подключаем интегрированный в Tilda сервис для принятия данных

Создайте в сервисе лист заявок (рис. 7.21) и сохраните его. Все — сервис активирован (рис. 7.22).

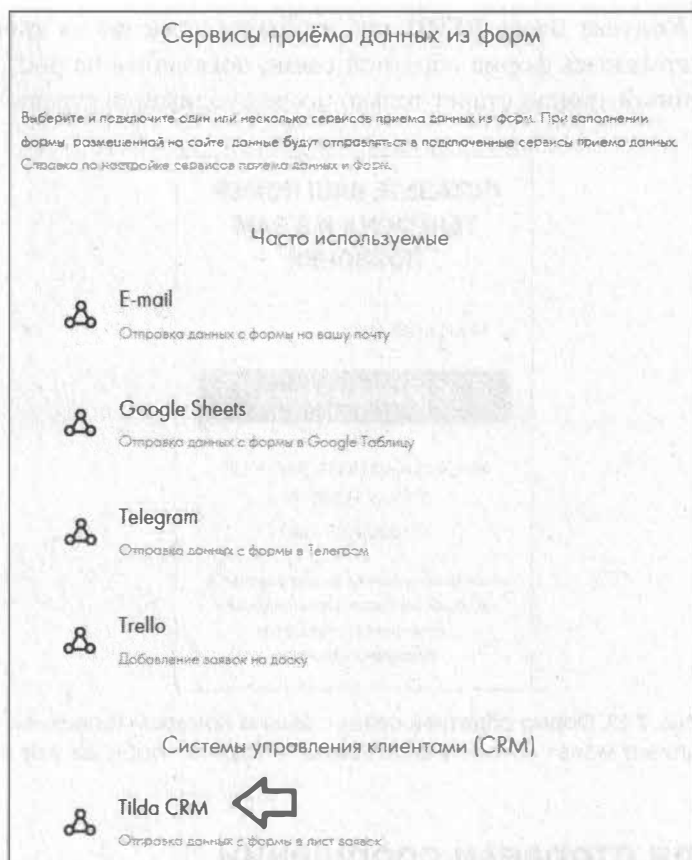


Рис. 7.20. Сервис Tilda CRM — для отправки данных из формы в лист заявок

Листы			Контакты	Создать новый лист
НАЗВАНИЕ ЛИСТА	ПОСЛЕДНЯЯ ЗАЯВКА	КОЛ-ВО ЗАЯВОК		
ОСТАВЬТЕ ВАШ ТЕЛЕФОН	Нет	0		

Рис. 7.21. Здесь пишете нужный вам текст и не бойтесь ошибаться — все потом можно будет исправить

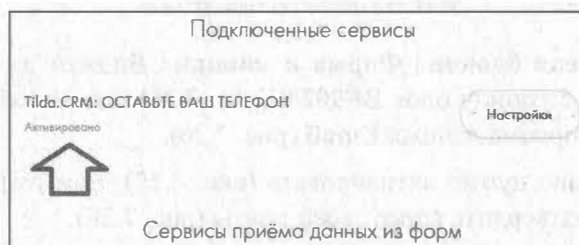


Рис. 7.22. Сервис для принятия данных из форм активен

Мы настроили **Контент** блока **BF901** так, чтобы по нажатию на кнопку **Телефонный звонок** открывалась форма обратной связи, показанная на рис. 7.23. Работать кнопка **Телефонный звонок** станет только после публикации страницы.



ОСТАВЬТЕ ВАШ НОМЕР
ТЕЛЕФОНА И Я ВАМ
ПОЗВОНЮ!

+7 (000) 000 0000

ТЕЛЕФОННЫЙ ЗВОНОК

МНЕ МОЖНО ПОЗВОНИТЬ ПО
ЭТОМУ НОМЕРУ:
+7 (000) 123 4567

«Нажимая на кнопку, вы даете согласие
на обработку персональных данных и
соглашаетесь с политикой
конфиденциальности»

Рис. 7.23. Форма обратной связи с вашим номером телефона, в которой клиент может оставить свой номер телефона, чтобы вы ему позвонили

Виджет для отправки сообщений

Наша цель в этом разделе — создать кнопку для отправки текстового сообщения от клиента к исполнителю. Примерный вид такой кнопки показан на рис. 7.24. Вы можете подобрать и текст, и изображение по своему усмотрению.



Рис. 7.24. Кнопка для отправки сообщения заказчика (клиента) исполнителю

Командой **Библиотека блоков | Форма и кнопки | Виджет для отправки сообщений** добавьте на страницу блок **BF902N** (рис. 7.25). Затем войдите в **Контент** и подключите сервис приема данных **Email** (рис. 7.26).

Подключенный сервис нужно активировать (рис. 7.27). Вам отправят письмо, и в ответ вы должны подтвердить адрес своей почты (рис. 7.28).

В меню **Контент** блока виджета установите флажок у подключенного сервиса (рис. 7.29).



Рис. 7.25. Добавляем на страницу блок BF902N Виджет для отправки сообщений

Подключение сервиса приёма данных: Email

Важно: добавьте адрес postreply@tilda.ws в адресную книгу в вашем почтовом клиенте и открывайте все письма перед удалением, чтобы они не попадали в спам.

Если вы планируете получать более 1000 писем в месяц, рекомендуем подключить сервис [SendGrid](#).

[Подробная инструкция по настройке.](#)

EMAIL

vpmnovgorod@mail.ru

Сохранить

Рис. 7.26. Подключение сервиса приема данных Email: укажите здесь вашу почту

Подключенные сервисы

E-mail: vpmnovgorod@mail.ru
Не активировано

Tilda.CRM: ОСТАВЬТЕ ВАШ ТЕЛЕФОН
Активировано

Настройки

Настройки

Рис. 7.27. Войдите в Настройки и активируйте сервис Email



Рис. 7.28. Сообщение Email подтвержден

Рис. 7.29. Флажок для виджета установлен

Сохраните изменения и опубликуйте страницу. Теперь при просмотре сайта на компьютере щелчок на кнопке виджета открывает форму, в которой можно написать хозяину сайта сообщение (рис. 7.30).

Рис. 7.30. Форма для отправки сообщения

Страница контактов

Завершив нашу работу над сайтом организацией страницы контактов, для чего командой Библиотека блоков | Контакты загрузим блок CN108 Контакты с ин-

формацией о персоне (рис. 7.31), отредактируем и опубликуем его (рис. 7.32).
Все — сайт готов!

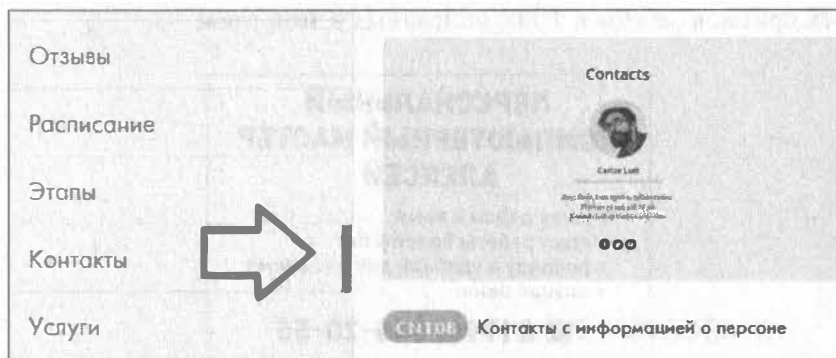


Рис. 7.31. Выбираем шаблон для контактов CN108

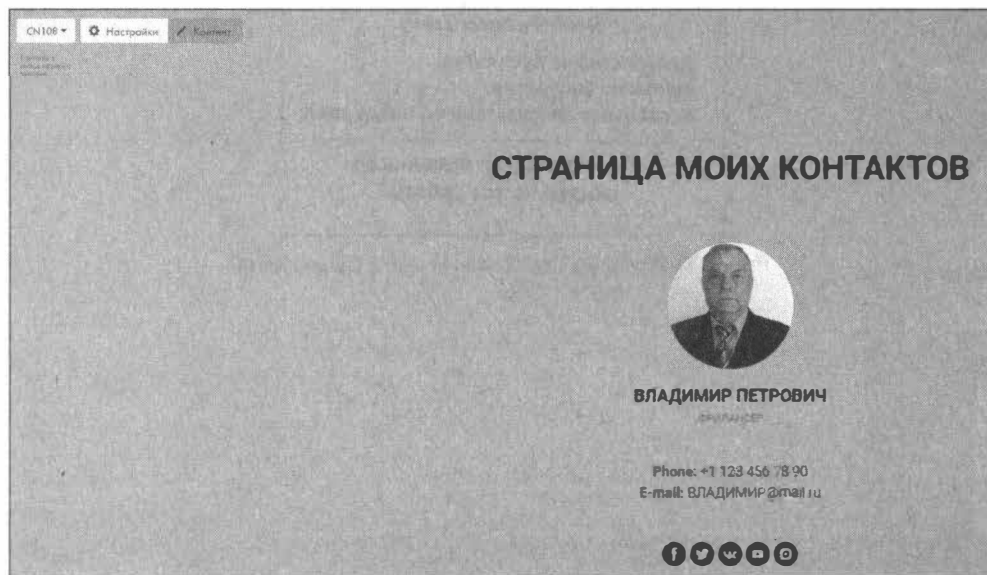


Рис. 7.32. Страница контактов CN108

Вопросы для самопроверки

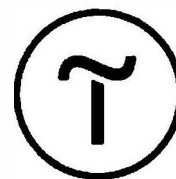
- ◆ Что такое бейджик для сайта, и зачем он нужен?
- ◆ Как добавить на сайт карту Google или Yandex?
- ◆ Как на сайте работает виджет для заказа обратного звонка?
- ◆ Сколько в Tilda различных сервисов для принятия данных?
- ◆ **Tilda CRM** — это инструмент для работы с заявками, телефоном или почтой?

Задание

На основе «рыбы», показанной на рис. 7.33, создайте сайт специалиста с использованием всех приемов работы в Tilda, описанных в этой главе.



Рис. 7.33. Исходник для создания сайта специалиста



ГЛАВА 8

Базовые настройки сайтов на Tilda

В этой главе мы рассмотрим типовые настройки, необходимые для любых Tilda-сайтов.

Главная страница сайта

Если в сайте несколько страниц, то главная страница та, с которой сайт будет стартовать.

Пусть в нашем сайте будут всего две страницы. Откройте его настройки, перейдя по ссылке **Настройки сайта** (рис. 8.1).

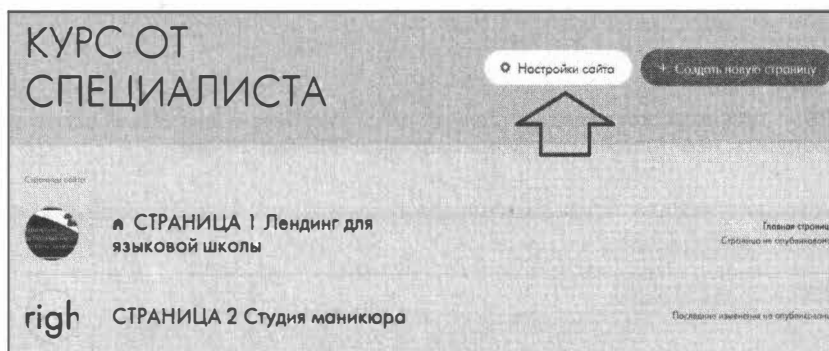


Рис. 8.1. Ссылка Настройки сайта

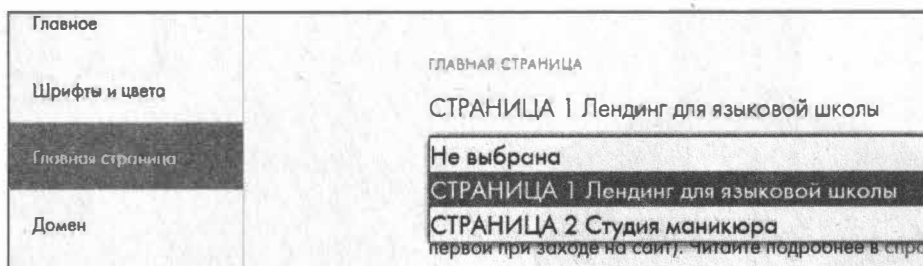


Рис. 8.2. Выбираем стартовую (главную) страницу для сайта

В открывшемся окне щелкните на кнопке **Главная страница** и выберите из выпадающего меню страницу, которую хотим назначить главной (рис. 8.2).

После выполнения команды **Сохранить изменения** напротив главной страницы появится специальный значок в виде домика (рис. 8.3).

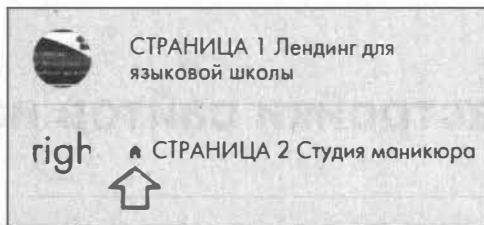


Рис. 8.3. Мы сделали главной вторую страницу

Настройка протокола HTTPS

Настройка протокола *HTTPS* нужна для безопасного соединения пользователя и сайта. Дело в том, что после публикации Tilda-сайт работает на незащищенном протоколе HTTP (рис. 8.4). Поисковые системы такие небезопасные для пользователя сайты не любят. Им нравится протокол HTTPS. У пользователя при работе с вашими формами (если сайт работает на протоколе http) также могут возникнуть проблемы.

НОВЫЙ ТЕРМИН

HTTPS — протокол для передачи данных с криптографическим SSL-соединением. Чтобы его настроить, необходимо установить цифровой SSL-сертификат.



Рис. 8.4. Сайт Tilda опубликован и работает на протоколе HTTP

Чтобы исправить ситуацию, выполните команду **Настройки сайта | SEO** (рис. 8.5). Перейдите в правую часть экрана, прокрутите его вниз и найдите кнопку **Редактировать** в разделе **Редиректы для WWW, HTTPS** (рис. 8.6). Выберите вариант, показанный на рис. 8.7, и нажмите кнопку **Сохранить**.

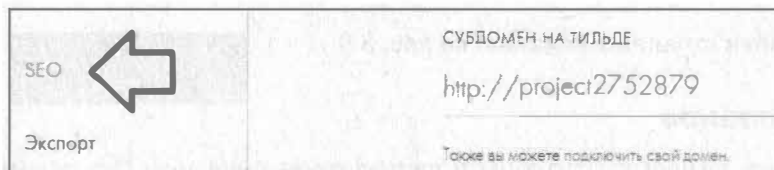


Рис. 8.5. Вкладка SEO

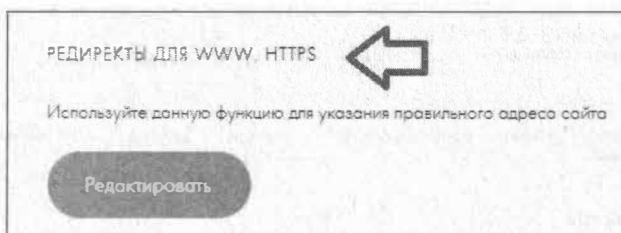


Рис. 8.6. Кнопка Редактировать в разделе Редиректы для WWW, HTTPS

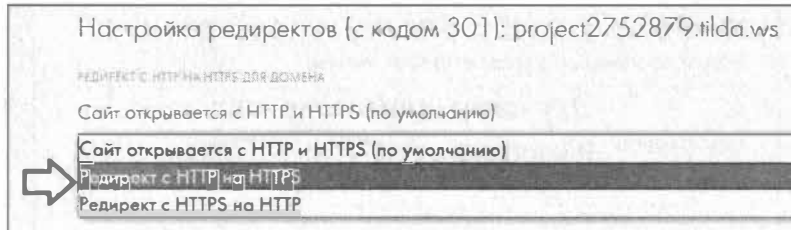


Рис. 8.7. Выбираем протокол HTTPS



Рис. 8.8. Сайт работает по протоколу HTTPS

Теперь соединение защищено, и для поисковиков сайт считается безопасным. Иначе говоря, сайт стал безопасным для посетителей и поисковые системы его блокировать не будут (рис. 8.8).

Настройки страницы

Окно настройки страницы показано на рис. 8.9.

Раздел Главное

Здесь укажите заголовок страницы и приведите ее описание. При желании можно изменить часть интернет-адреса (URL) страницы.

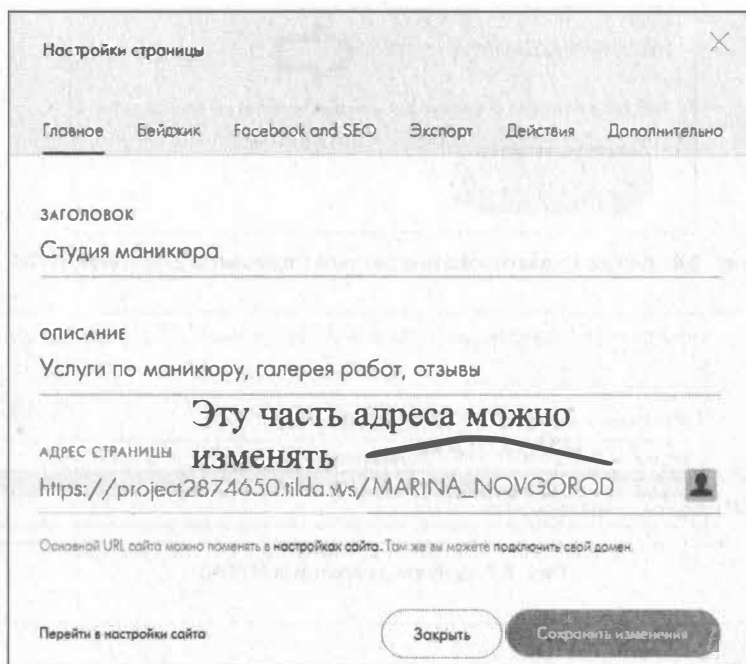


Рис. 8.9. Окно Настройки страницы: раздел Главное

Раздел Бейджик

В разделе **Бейджик** можно поставить картинку, которая будет служить превью для страницы.

Раздел Facebook и SEO

В разделе **Facebook и SEO** вы можете наблюдать, а при необходимости и отредактировать *snippet* сайта (рис. 8.10) в социальных сетях и поисковой выдаче. По умолчанию данные для сниппета берутся из заголовка и описания страницы.



Рис. 8.10. Снимплет сайта

Отображение в поисковой выдаче

Студия маникюра
<https://project2874650.tilda.ws>
Сайт "Студия маникюра".

заголовок [Студия маникюра \(title\)](#)

описание [Сайт "Студия маникюра" \(description\)](#)

ключевые слова [vpmnovgorod@mail.ru, ногти, маникюр, педикюр](#)

каноническая ссылка на страницу https://project2874650.tilda.ws/marina_novgorod

индексация ☒ Запретить поисковикам индексировать эту страницу

ссылки ☒ Запретить поисковой системе переходить по ссылкам на донной странице.

Перейти в настройки сайта [Закреть](#) [Сохранить изменения](#)

The image shows a settings window titled "Отображение в поисковой выдаче". It contains several fields for configuring how the site appears in search results. At the top, there's a preview box showing the site name "Студия маникюра", the URL "https://project2874650.tilda.ws", and the description "Сайт 'Студия маникюра'.". Below this are fields for "заголовок" (title) with value "Студия маникюра (title)", "описание" (description) with value "Сайт 'Студия маникюра' (description)", "ключевые слова" (keywords) with value "vpmnovgorod@mail.ru, ногти, маникюр, педикюр", and "каноническая ссылка на страницу" (canonical URL) with value "https://project2874650.tilda.ws/marina_novgorod". There are two checkboxes: "индексация" (indexing) and "ссылки" (links), both of which are checked and have associated text: "Запретить поисковикам индексировать эту страницу" and "Запретить поисковой системе переходить по ссылкам на донной странице." respectively. At the bottom, there are three buttons: "Перейти в настройки сайта", "Закреть", and "Сохранить изменения".

Рис. 8.11. Окно Отображение в поисковой выдаче

НОВЫЙ ТЕРМИН

Сниппет (от англ. snippet — отрывок, фрагмент) — фрагмент сайта, используемый поисковыми системами. Иными словами, это краткая информация про то, о чем идет речь на сайте.

Для редактирования сниппета в разделе **Facebook and SEO** нажмите на кнопку **Задать специальные meta-данные** — откроется окно **Отображение в поисковой выдаче** (рис. 8.11).

Здесь можно изменить разделы title и description кода сайта, задать ключевые слова (keywords). Имеет смысл отредактировать *каноническую ссылку* на страницу, то есть сделать ее интернет-адрес (URL) удобным и понятным для пользователей. Так, вместо автоматически сгенерированной ссылки на страницу контактов https://zavod_garo.tilda.ws/page1234567.html лучше написать понятный человеку вариант: https://zavod_garo.tilda.ws/contact/ или, например, вместо ссылки <https://project2874650.tilda.ws/> предложить более понятный вариант https://project2874650.tilda.ws/marina_novgorod. Здесь же можно активировать переключатели **Индексация** и **Ссылки**.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Каноническая ссылка сообщает поисковым системам о том, что некоторые похожие URL-адреса сайта на самом деле являются одинаковыми.

Раздел Экспорт

В разделе **Экспорт** пользователи тарифа Tilda Business могут скачать архив сайта и открыть код страницы (рис. 8.12).

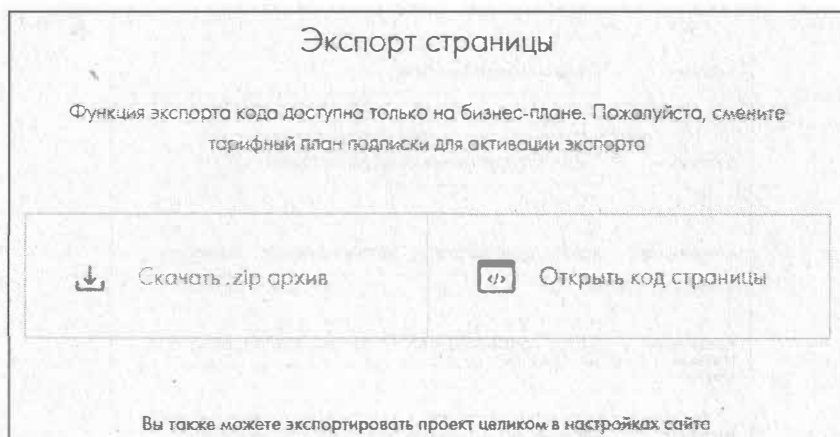


Рис. 8.12. Окно Экспорт страницы

ПРИМЕЧАНИЕ

Сайт на Tilda можно перенести на другой сервер. В ZIP-архив при этом копируется код сайта и все его файлы (изображения, каскадные таблицы стилей css, скрипты js). Сервисы (обработка данных из форм, корзина, шрифты, каталог товаров) не экспортируются на другой сервер и работают только при активной подписке на Tilda.

Раздел Действия

В разделе **Действия** можно передать, удалить, дублировать или перенести страницу (рис. 8.13).

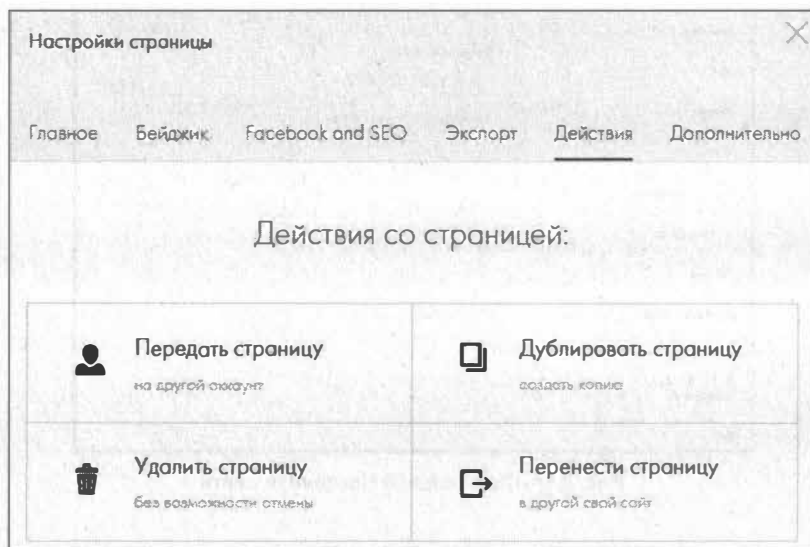


Рис. 8.13. Окно Настройки страницы: раздел Действия со страницей

Раздел Дополнительно

Раздел **Дополнительно** предоставляет множество возможностей. Здесь вы можете поставить пароль на страницу, назначить ее шаблоном, узнать количество блоков на странице, увидеть дату создания страницы, посмотреть статистику страницы, ввести к ней комментарий и т. д.

Раздел Настройки сайта

По ссылке **Перейти в настройки сайта**, расположенной в нижней части окна настройки страницы (см. рис. 8.9), открывается окно раздела **Настройки сайта** (рис. 8.14). Открыть его также можно по команде **Еще | Настройки сайта**. Рассмотрим некоторые пункты его левой панели.

Пункт Главное

Укажите здесь название сайта, его описание и субдомен (рис. 8.15).

Пункт Аналитика

Здесь имеет смысл подключить сайт к системе **Google Analytics** — сервису для анализа поведения пользователей сайтов и приложений (рис. 8.16).

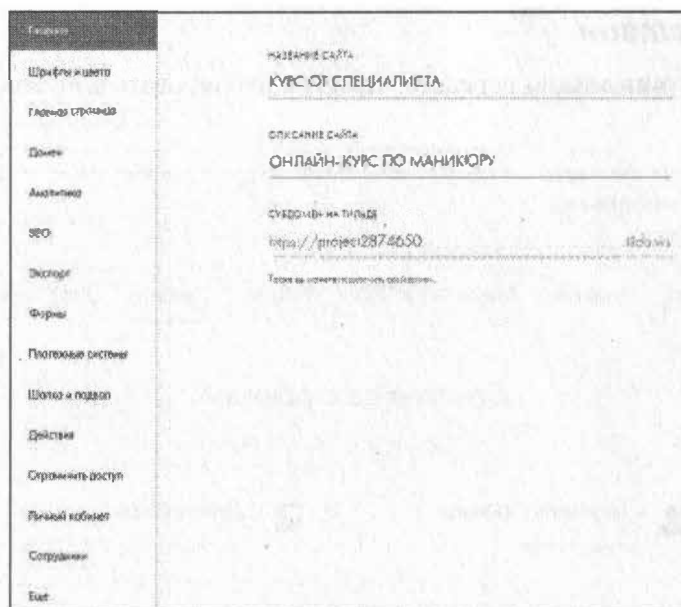


Рис. 8.14. Окно раздела Настройки сайта

НАЗВАНИЕ САЙТА

КУРС ОТ СПЕЦИАЛИСТА

ОПИСАНИЕ САЙТА

ОНЛАЙН-КУРС ПО МАНИКЮРУ

СУБДОМЕН НА ТИЛЬДЕ

https://project2874650.tilda.ws

Также вы можете подключить свой домен.

Рис. 8.15. Здесь заполняем название, описание и субдомен сайта

GOOGLE ANALYTICS

Подключите счетчик Google Analytics, чтобы отслеживать статистику вашего сайта. Если у вас нет аккаунта, пожалуйста, зарегистрируйтесь в системе Google Analytics. Код счетчика также можно ввести вручную. Читайте подробнее в справочном центре.

Подключить

Рис. 8.16. Сервис Google Analytics

Полезно также подключить сайт к системе **Яндекс.Метрика** (рис. 8.17). Этот сервис веб-аналитики от поисковой системы Яндекс позволяет отслеживать и анализировать эффективность вашего сайта.

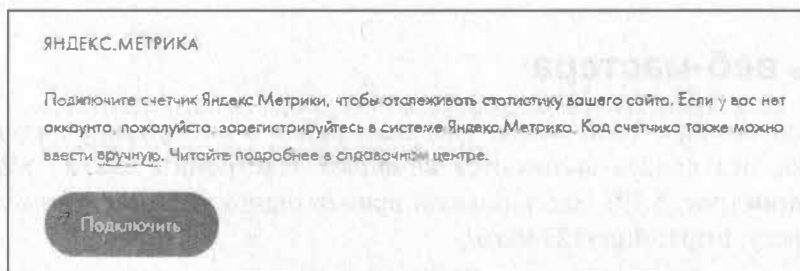


Рис. 8.17. Сервис Яндекс.Метрика

Пункт SEO

Здесь можно подключить сайт к службам **Google Search Console** и **Яндекс.Веб-мастер** (рис. 8.18).

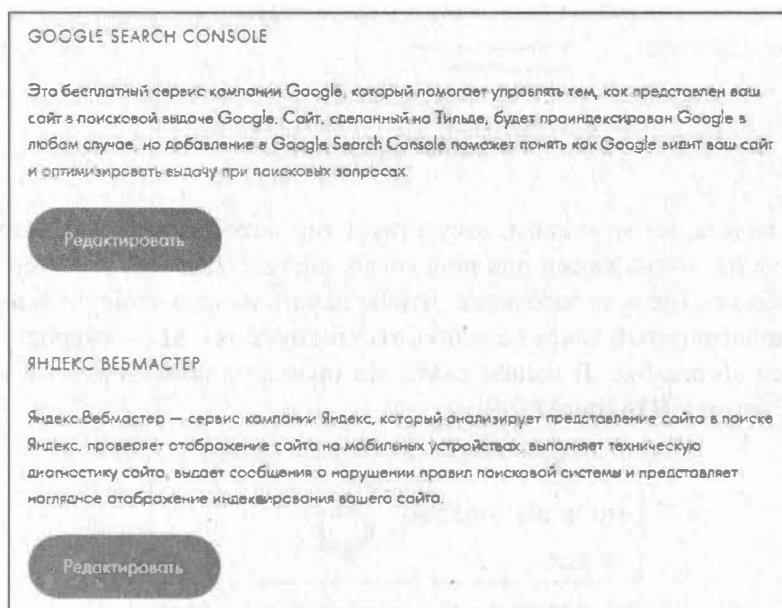


Рис. 8.18. Службы Google Search Console и Яндекс.Вебмастер

Для справки

Сервис **Google Search Console** предназначен для любых владельцев сайтов. Это бесплатный сервис, с помощью которого вы можете получать информацию о том, как ваш сайт представлен в результатах поиска Google, оптимизировать контент и устранять неполадки в работе сайта.

Для справки

Сервис **Яндекс.Вебмастер** помогает понять, насколько легко ваш сайт находят пользователи. Сервис предлагает инструменты для отслеживания индексирования страниц сайта и места его позиций в поиске на Яндекс.

Панель веб-мастера

В панели веб-мастера Tilda можно увидеть ошибки в оптимизации, влияющие на индексацию. Эта панель вызывается командой **Настройки сайта | SEO | SEO-рекомендации** (рис. 8.19). Здесь показан пример ошибки на сайте, размещенном в Сети по адресу: <https://kurs12345.ru/>.

SEO-рекомендации: kurs12345.ru				
Мы анализируем каждую страницу вашего сайта на наличие ошибок, влияющих на индексацию и дадим рекомендации, как их устранить				
Адрес	Заголовок	Описание	Заголовок H1	Рекомендации
/	Фриланс Веб Студия «ART- WWW»	Наша команда предлагает Вам создание веб сайтов		* отсутствует тег h1

Рис. 8.19. Пример работы с панелью веб-мастера в платной версии Tilda

Как можно видеть, на этом сайте отсутствует тег заголовка h1. Заголовок, обозначенный тегом h1, очень важен для поисковых систем. Задается этот тег в настройках любого блока, где есть заголовок. Чтобы начать исправление проблемы, нужно нажать на подчеркнутый текст (ссылку) **отсутствует тег h1** — откроется панель с информацией об ошибке. В нашем сайте эта проблема присутствует в настройках на странице блока **CR16** (рис. 8.20).

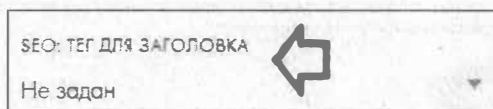


Рис. 8.20. Проблема с заголовком в блоке CR16

Для исправления ситуации из списка выбираем заголовок **H1** и выполняем команду **Сохранить и закрыть** (рис. 8.21).

Таким образом, с помощью панели веб-мастера мы исправили ошибку на сайте, размещенном в Сети по адресу: <https://kurs12345.ru/>, где отсутствовал тег заголовка h1 (рис. 8.22).

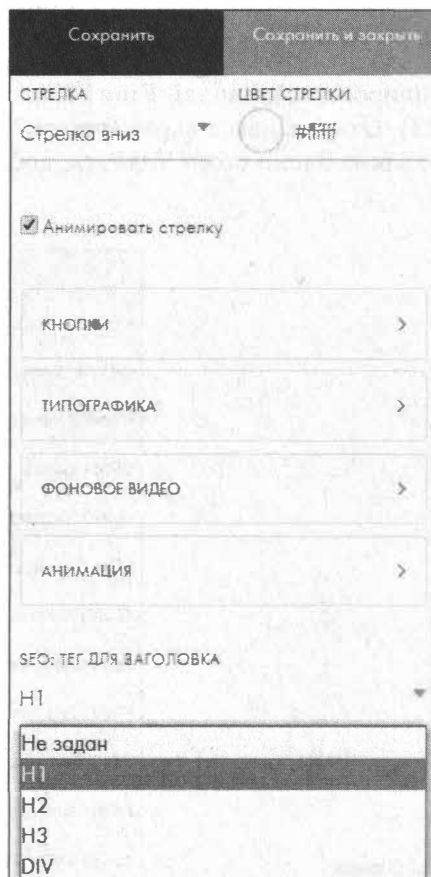


Рис. 8.21. Задаем заголовок H1 для блока CR16

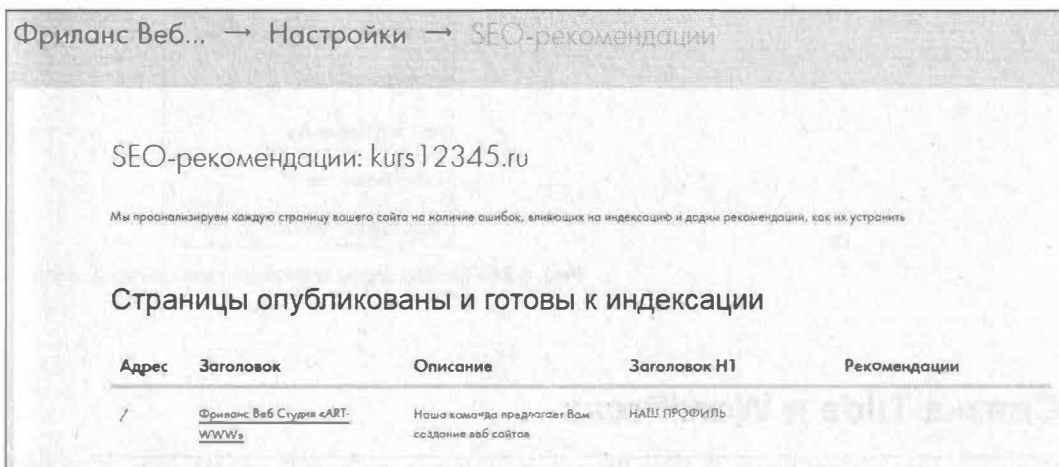


Рис. 8.22. В панели веб-мастера Tilda показано, что ошибки в оптимизации, влияющие на индексацию сайта kurs12345.ru, устранены

Просмотр карты блоков

Схему блоков можно активировать командой **Еще | Карта блоков** в правом верхнем углу экрана (рис. 8.23). Открывшаяся карта (рис. 8.24) позволит вам оценить макет страницы и понять, какие блоки стоит удалить, добавить или поменять местами.

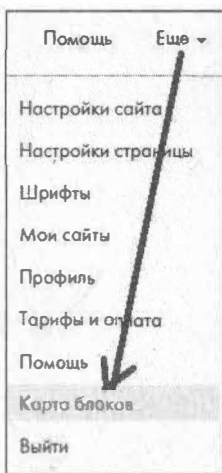


Рис. 8.23. Команда вызова карты блоков



Рис. 8.24. Пример карты блоков для конкретного сайта

Связка Tilda и WordPress

Если вы умеете работать с WordPress, то для вас может быть актуальна связка Tilda и WordPress. Такая интеграция позволяет одновременно использовать достоинства и Tilda (например, быстро делать красивый лендинг) и WordPress (на-

пример, задействовать плагин **Elementor**). Чтобы прибегнуть к этой возможности, потребуется оплатить бизнес-тариф и подключить в WordPress плагин **Tilda Publishing** (рис. 8.25).

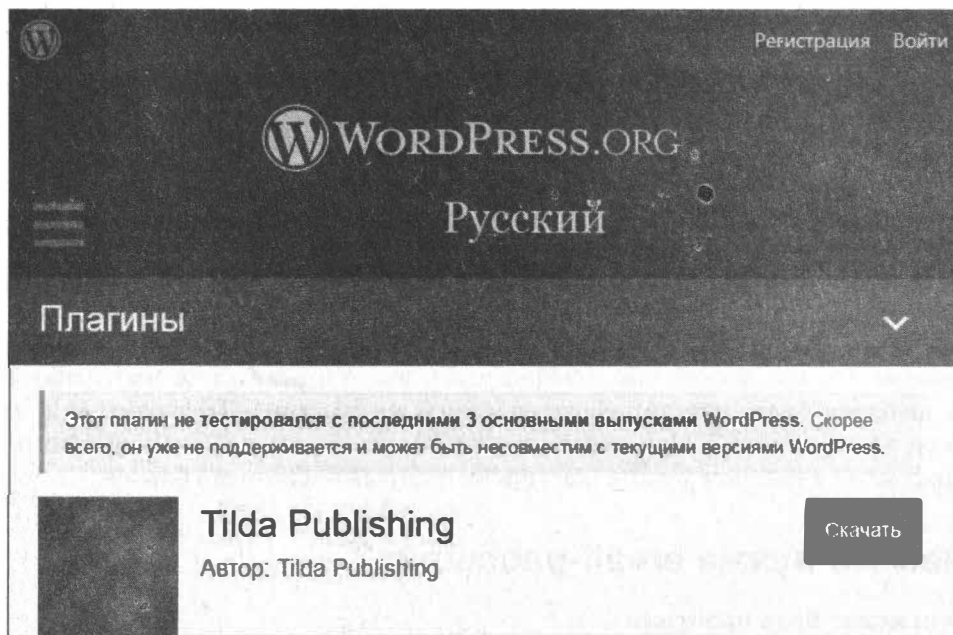


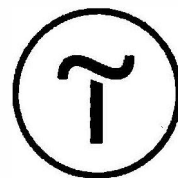
Рис. 8.25. Страница для скачивания Tilda Publishing

Вопросы для самопроверки

- ◆ Чем главная страница сайта отличается от остальных его страниц?
- ◆ Почему протокол HTTPS предпочтительнее, чем протокол HTTP?
- ◆ Чем для сайта является сниппет (snippet)?
- ◆ В чем смысл канонической ссылки?
- ◆ Кому из пользователей Tilda доступен экспорт сайта в ZIP-архив?
- ◆ Что не входит в ZIP-архив при экспорте сайтов Tilda?
- ◆ Почему стоит подключать к сайту сервис Google Analytics?
- ◆ Почему имеет смысл подключить сайт к службе Яндекс.Вебмастер?

Задание

Выполните настройки для вашего сайта по варианту, предложенному в этой главе.



ГЛАВА 9

Создание рассылок

На Tilda можно создать столько рассылок, сколько сайтов позволяет сделать тариф. Следовательно, на тарифе Personal можно создать один проект с рассылкой, а на тарифе Business — пять. Рассылки создает встроенный в Tilda редактор **Конструктор писем**. Он предложит нам шаблон рассылок, а в результате изменения нами этого шаблона будет создан проект, похожий на обычный Tilda-сайт. И к этому проекту, как и к сайту Tilda, можно подключить свой домен. Однако у такого проекта рассылок иные, чем у сайта, настройки и другая библиотека блоков.

Зачем же нужна email-рассылка?

Причин может быть несколько:

- ◆ письменное информирование по email сотрудников организации;
- ◆ сбор клиентской базы, а также рассылка предложений клиентам;
- ◆ рассылки способствуют увеличению и автоматизации процесса продаж и т. д.

Пример 1. Создаем рассылку «Приглашение на вебинар»

Выполните команду **Мои сайты | Создать рассылку**. Нажмите в открывшемся окне (рис. 9.1) на кнопку **Создать** — откроется окно **Конструктор писем** (рис. 9.2).

Рис. 9.1. Окно **Создать новую рассылку**



Рис. 9.2. Конструктор писем — редактор Tilda, предназначенный для создания рассылки

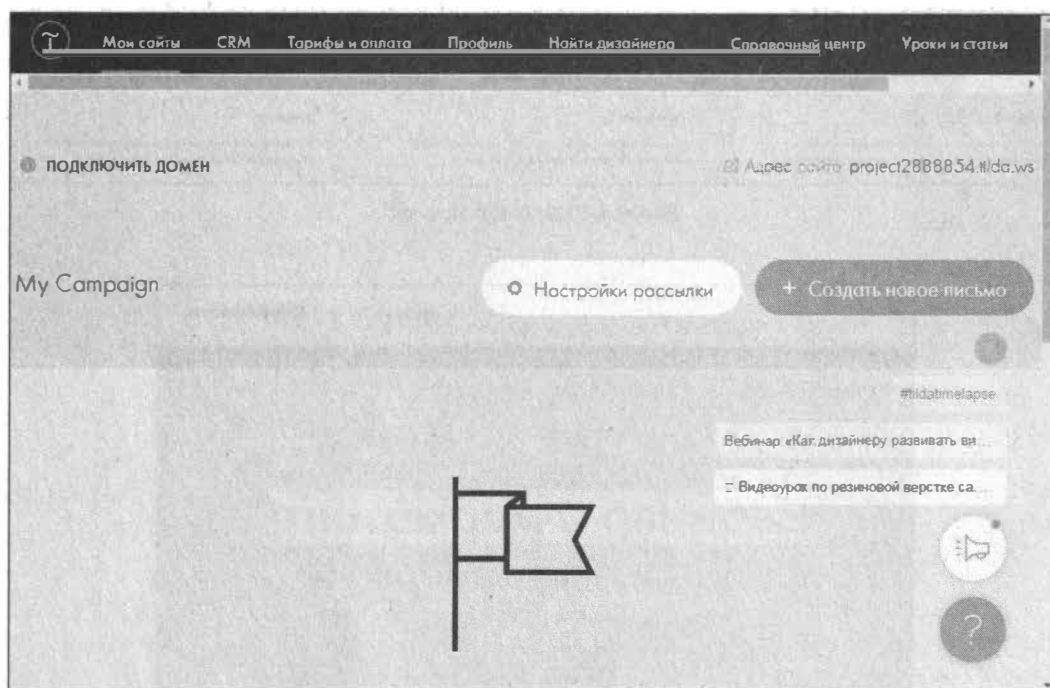


Рис. 9.3. Окно **My Campaign** (Пропагандистская кампания)

Нажмите в этом окне на кнопку **Начать использовать** — откроется окно **My Campaign** (рис. 9.3). В этом окне нажмите на кнопку **Создать новое письмо** — вам будут предложены варианты шаблонов для создания рассылок (рис. 9.4).

Мы выберем здесь шаблон **MT401 Вебинар о маркетинге** (рис. 9.5) и изменим его под свои задачи (рис. 9.6).

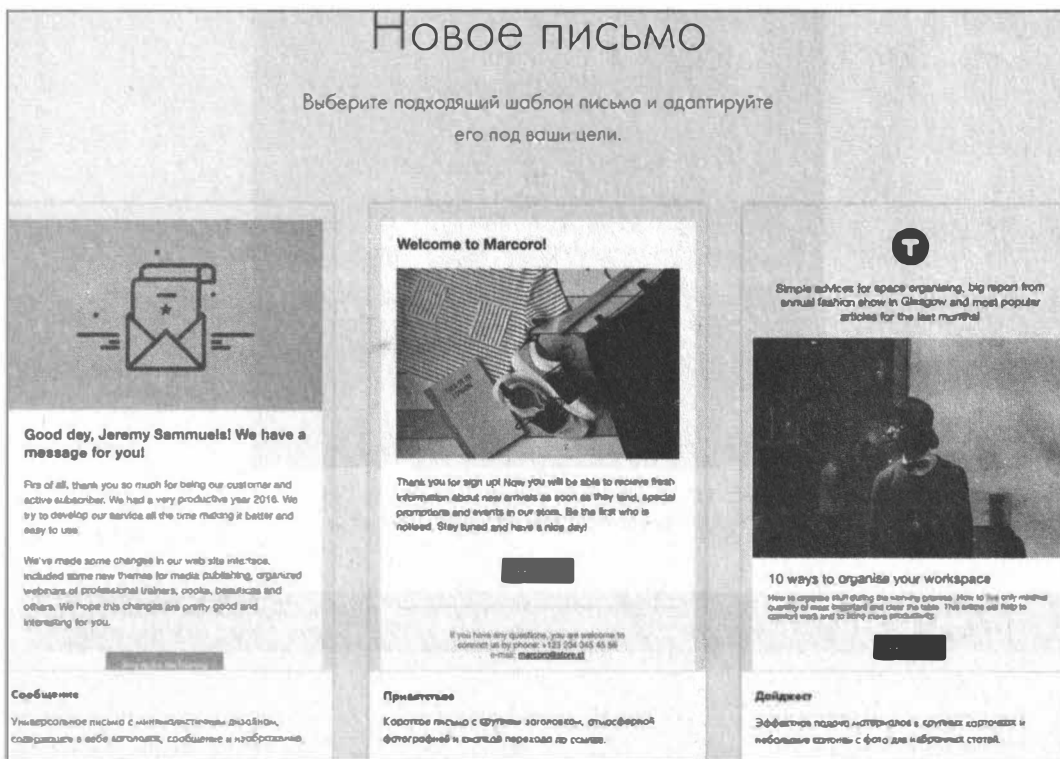


Рис. 9.4. Шаблоны рассылок

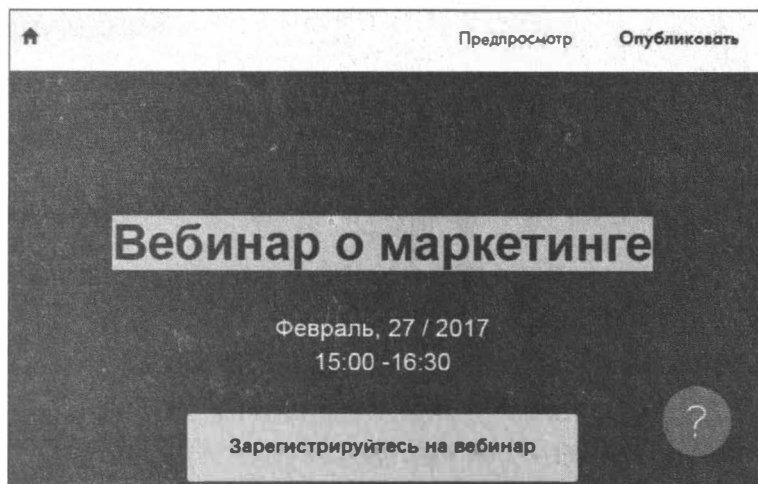


Рис. 9.5. Шаблон МТ401 Вебинар о маркетинге

Продолжаем работать над рассылкой (рис. 9.7).

Следующая серия блоков показана на рис. 9.8.

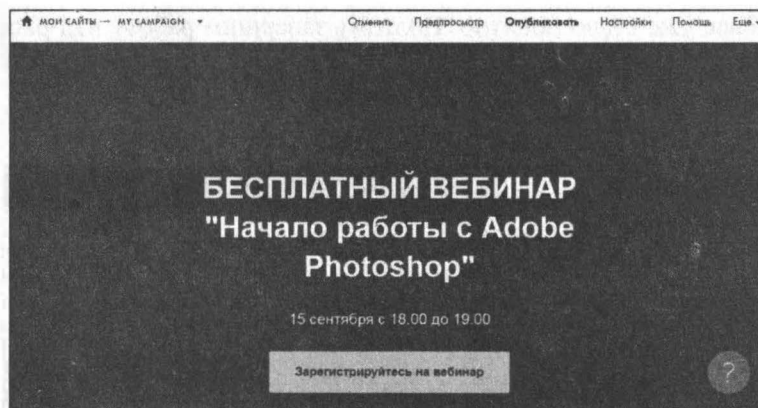


Рис. 9.6. Первая страница шаблона отредактирована

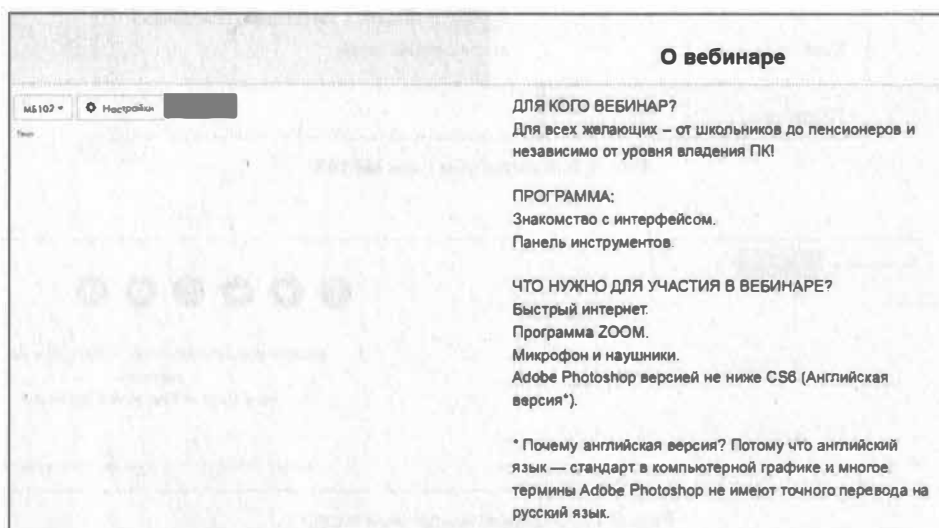


Рис. 9.7. Оформляем блоки 2 и 3

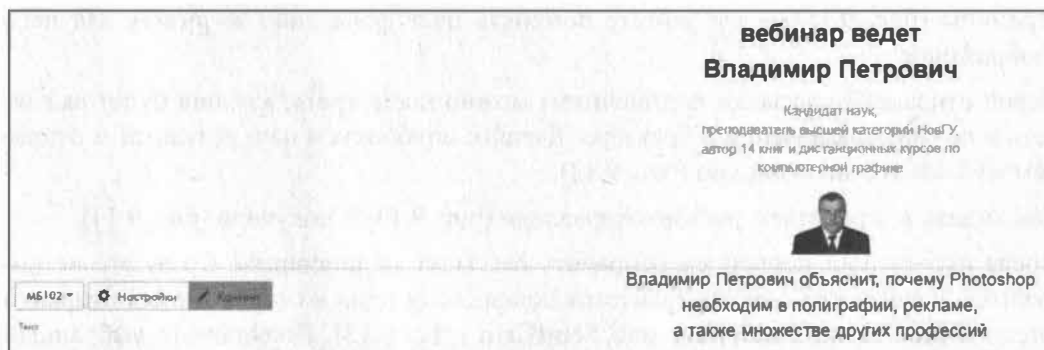


Рис. 9.8. Оформляем еще несколько блоков

Полагаю, что все уже стало понятно. Поэтому завершим работу над рассылкой созданием подвала: активируем блок **MF102 Подвал с заголовком, описанием и кнопками соц. сетей** (рис. 9.9) и редактируем его текст (рис. 9.10).

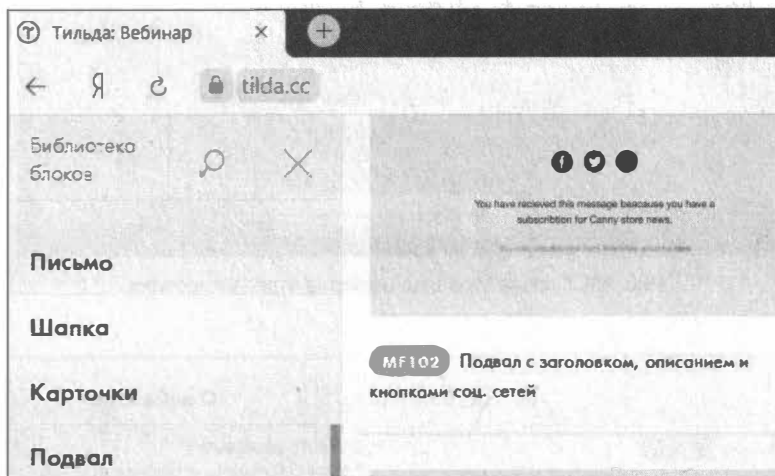


Рис. 9.9. Активируем блок **MF102**

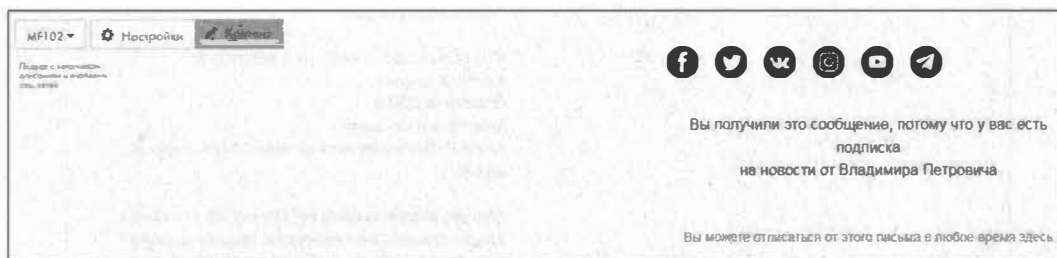


Рис. 9.10. Отредактированный подвал

В общем-то, письмо готово. Поменять фон для всего письма можно в настройках страницы (рис. 9.11) — вы можете поменять цвет фона либо загрузить для него изображение.

Перед отправкой рассылки подписчикам можно посмотреть, как она будет выглядеть в почтовом клиенте и в браузере. Давайте опубликуем наш результат и отправим из Tilda тестовое письмо (рис. 9.12).

Как видим, все работает: письмо отправлено (рис. 9.13) и получено (рис. 9.14).

После публикации попробуем отправить рассылку подписчикам. Сразу это не получится, потому что сначала требуется подключить один из сервисов для отправки писем: **MailChimp**, **UniSender** или **SendGrid** (рис. 9.15). Подключите выбранный сервис (как это сделать, рассказано в *Примерах 2 и 3*) и отправьте рассылку.

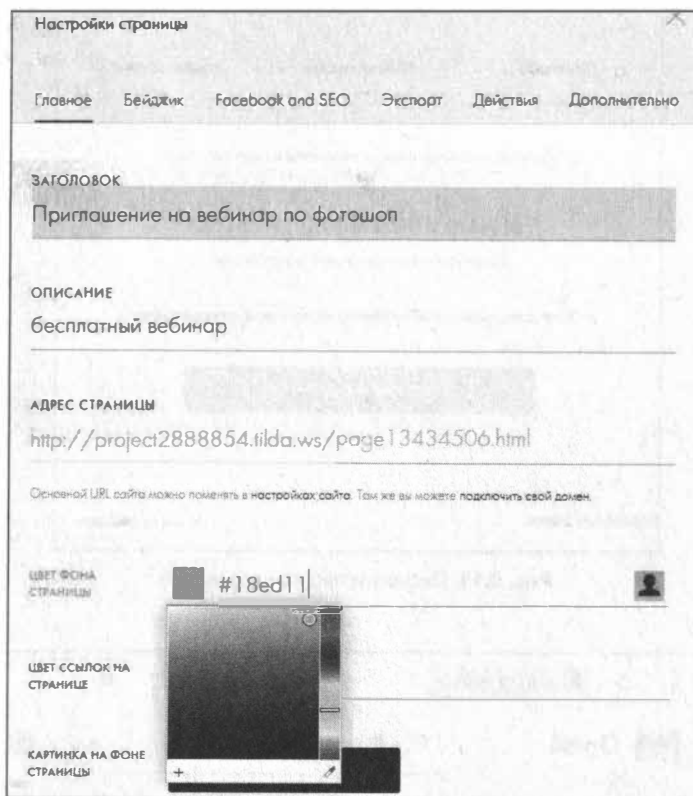


Рис. 9.11. Окно Настройки страницы

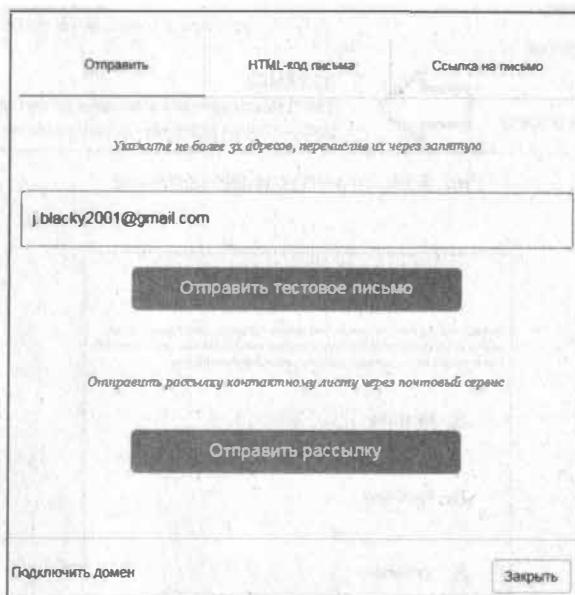


Рис. 9.12. Здесь можно отправить письмо или рассылку

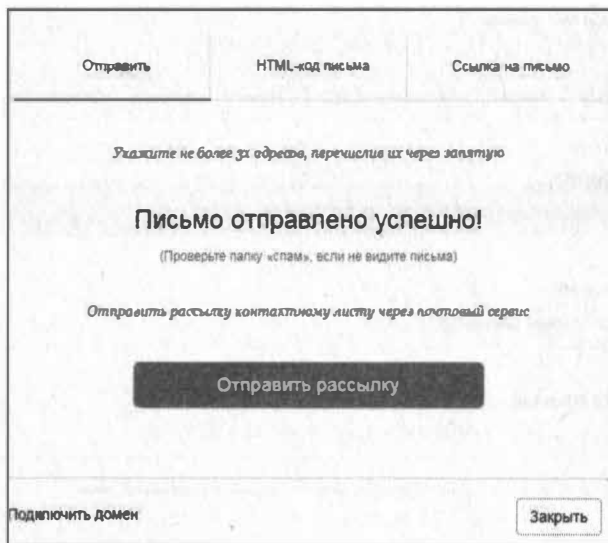


Рис. 9.13. Письмо успешно отправлено

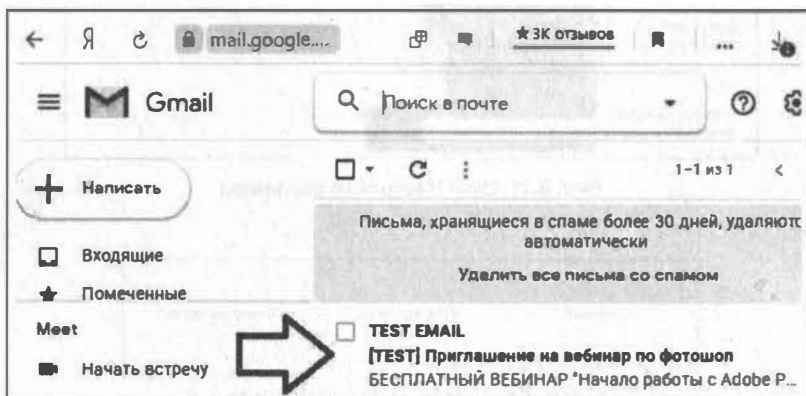


Рис. 9.14. Письмо успешно получено



Рис. 9.15. Сервисы рассылок

Пример 2. Как регистрироваться в MailChimp?

У сервиса MailChimp нет официальной русской версии, но вы можете пользоваться переводчиком страниц в браузере. Войдите на сервис по адресу: <https://mailchimp.com> и заполните форму приветствия **Добро пожаловать в Mailchimp** (рис. 9.16).

Добро пожаловать в Mailchimp

Найди своих людей. Привлекайте своих клиентов. Создайте свой бренд. Сделайте все это с помощью маркетинговой платформы Mailchimp. У вас уже есть счет? Войдите в

Электронная почта

vpmnovgorod@mail.ru

Имя пользователя

vpmnovgorod@mail.ru

ваше имя пользователя должно быть либо адресом электронной почты, либо состоять из букв и цифр.

Пароль

!@qQ1234

Скрыть

☒ Ваш пароль защищен, и все готово!

☐ Я не хочу получать электронные письма о новых продуктах Mailchimp, лучших практиках или специальных предложениях.

Регистрация

Рис. 9.16. Окно Добро пожаловать в Mailchimp

Активацию своего аккаунта мы начнем с выбора тарифа — нам сейчас вполне подойдет тариф **Бесплатно** на одну рассылку и 2000 контактов (рис. 9.17). Нажмите в окне тарифа на кнопку **Полный** и в открывшемся окне (рис. 9.18) заполните данные на свой аккаунт.

На следующем шаге вам будет предложено добавить свой адрес (рис. 9.19).

И так далее — все действия здесь интуитивно понятны. По окончании регистрации вы можете активировать сервис MailChimp на Tilda — для этого выполните команду **Настройки рассылки | Email рассылки | MailChimp** (рис. 9.20) и нажмите в открывшемся окне (рис. 9.21) на кнопку **Подключить Mailchimp**.

текущий план

Бесплатно ☒

Все основы для бизнеса, который только начинается.

Вы платите

\$0

в месяц

Максимум 2000 контактов

Свободный план
Счет Выставляется Ежемесячно

Бесплатный план по адресу
2 000 контактов \$0

Полный

Рис. 9.17. Тариф **Бесплатно** — нажмите здесь на кнопку **Полный**

Давайте создадим ваш аккаунт

имя фамилия

Владимир Молочков

фирменное наименование

Специалист по графике

URL-адрес веб-сайта необязательно

https://vk.com/id9778319

Номер Телефона Необязательно

+79021484596

Можем ли мы позвонить вам со специальными предложениями или услугами, которые могут вас заинтересовать?

☐ ДА ☒ НЕТ

Продолжить

Рис. 9.18. Заполните данные на свой аккаунт и нажмите на кнопку **Продолжить**

Добавьте свой адрес

Но почему? Хотите верить, хотите нет, но нам нужен физический адрес, чтобы убедиться, что ваши электронные письма соответствуют международным законам О борьбе со спамом. У вас нет официального делового адреса? Узнайте об альтернативных физических адресах.

Адресная строка 1 (Адрес улицы или почтовый ящик)

Адресная строка 2 опционально

Город

Штат / Провинция / Регион

Почтовый индекс

Страна

Продолжить

Рис. 9.19. В этом окне добавьте свой адрес и нажмите на кнопку **Продолжить**

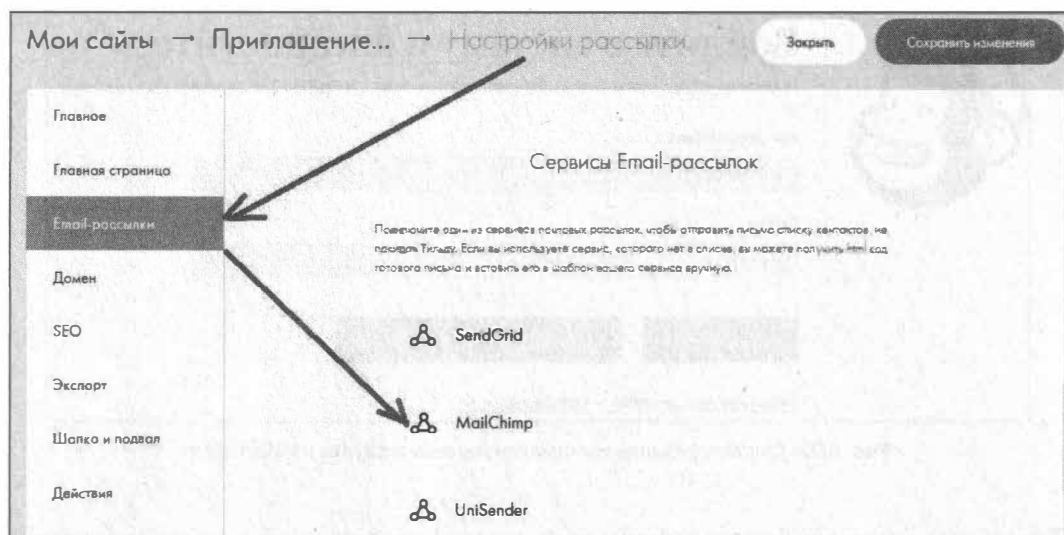


Рис. 9.20. Запускаем активацию сервиса на Tilda

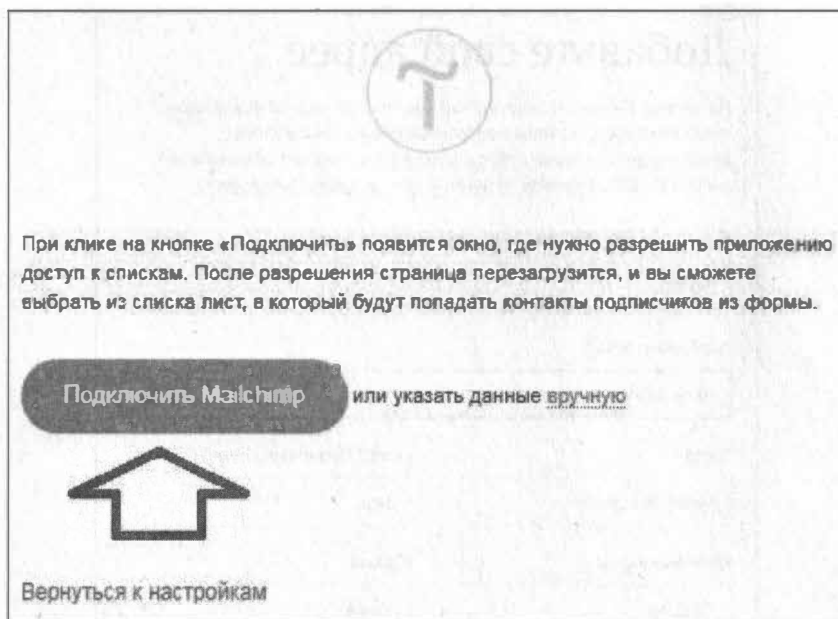


Рис. 9.21. Нажмите здесь на кнопку Подключить MailChimp

Далее следует авторизоваться (рис. 9.22), используя имя пользователя и пароль, полученные на MailChimp. И после авторизации сервис на Tilda становится активен (рис. 9.23).

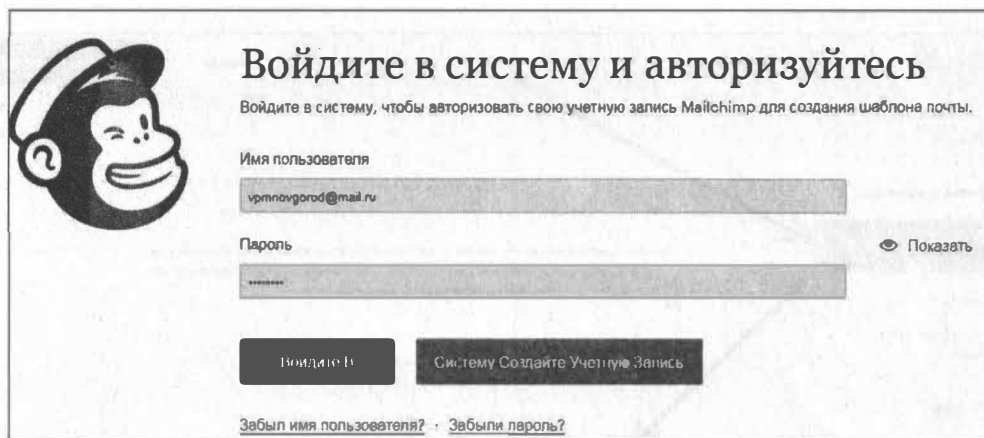


Рис. 9.22. Для авторизации используем данные аккаунта на MailChimp

Теперь мы можем работать с рассылкой далее — подготовьте письмо к отправке (рис. 9.24), и вы увидите, что кнопка **Отправить рассылку** стала доступна (см. рис. 9.13).



Рис. 9.23. Сервис MailChimp на Tilda подключен

Подготовка письма к отправке

СЕРВИС РАССЫЛОК
Mailchimp

МАРКЕТИНГОВАЯ КАМПАНИЯ
Создать новую

Список кампаний / Обновить

ТЕМА СООБЩЕНИЯ
Приглашение на вебинар по фотошоп

СПИСОК КОНТАКТОВ
Специалист по графике

Выберите список / Обновить

ИМЯ ОТПРАВИТЕЛЯ
Владимир Петрович

Например: Диего Фри Стоун

EMAIL ДЛЯ REPLY-TO
j.blacky2001@gmail.com

Email адрес, куда могут приходить ответы или вопросы от подписчиков

НАЗВАНИЕ КАМПАНИИ
Приглашение на вебинар по фотошоп

Далее

Рис. 9.24. Подготовка письма к отправке

Пример 3. Как подключить сервис UniSender?

В отличие от MailChimp, сервис UniSender имеет хорошую русификацию. Попробуем зарегистрироваться в его бесплатном варианте.

Для этого зайдите на страницу регистрации сервиса: <https://cp.unisender.com/ru/v5/registration/> (рис. 9.25), введите свой адрес электронной почты и нажмите кнопку **Продолжить**. В следующем окне (рис. 9.26) введите придуманный вами для этого сервиса пароль и нажмите кнопку **Зарегистрироваться**.

Рис. 9.25. Введите свой адрес электронной почты

Рис. 9.26. Введите пароль и нажмите кнопку **Зарегистрироваться**

В следующем окне нас попросят подтвердить почту (рис. 9.27). Нажмите здесь кнопку **Подтвердить почту**, и вы получите письмо с уведомлением о регистрации. После подтверждения почты регистрация завершена.

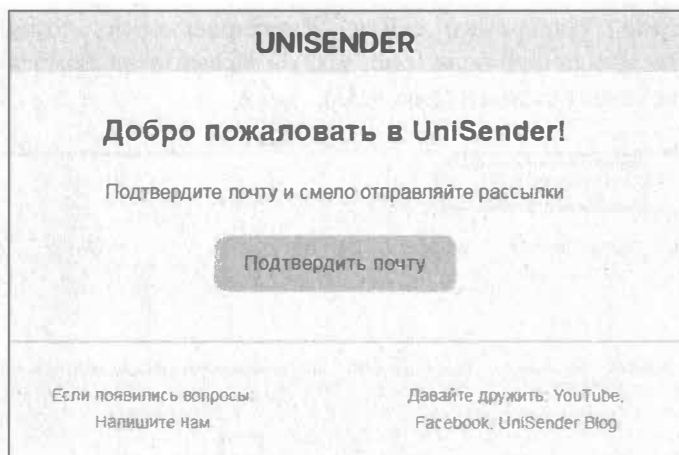


Рис. 9.27. Нажмите кнопку **Подтвердить почту**, и вы получите письмо с уведомлением о регистрации

На следующем шаге следует интегрировать сервис UniSender с Tilda, для чего нам потребуется API-ключ UniSender. Для получения ключа войдите в Личный кабинет сервиса, нажмите на свой логин в правом верхнем углу окна и из выпадающего меню выберите пункт **Настройка аккаунта** (рис. 9.28). Затем в настройках аккаунта перейдите на вкладку **Интеграция и API** (рис. 9.29) и нажмите на ссылку **Показать полностью**.

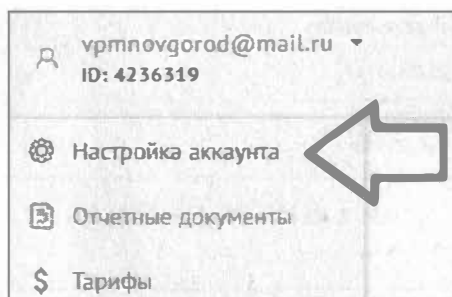


Рис. 9.28. Выбираем пункт **Настройка аккаунта** в Личном кабинете UniSender

НОВЫЙ ТЕРМИН

API (Application Program Interface) — программный интерфейс приложения. API-ключ нужен, чтобы использовать API. Иначе говоря, API-ключ используется для опознавания сервисом клиента. Именно по этому ключу сервис определяет, какие данные можно отдавать определенному клиенту.

Чтобы увидеть API-ключ UniSender полностью, вам потребуется в открывшемся окне запроса (рис. 9.30) ввести свой пароль и нажать на кнопку **Отправить**.

Скопируйте из открывшегося окна (рис. 9.31) ключ доступа к API UniSender в буфер памяти, чтобы использовать его в Tilda. После чего перейдите в Tilda, выпол-

ните команду **Еще | Настройки сайта | Email-рассылки | UniSender**, введите ключ API в соответствующее поле (рис. 9.32) и нажмите на кнопку **Сохранить** — сервис **UniSender** станет активен (рис. 9.33).

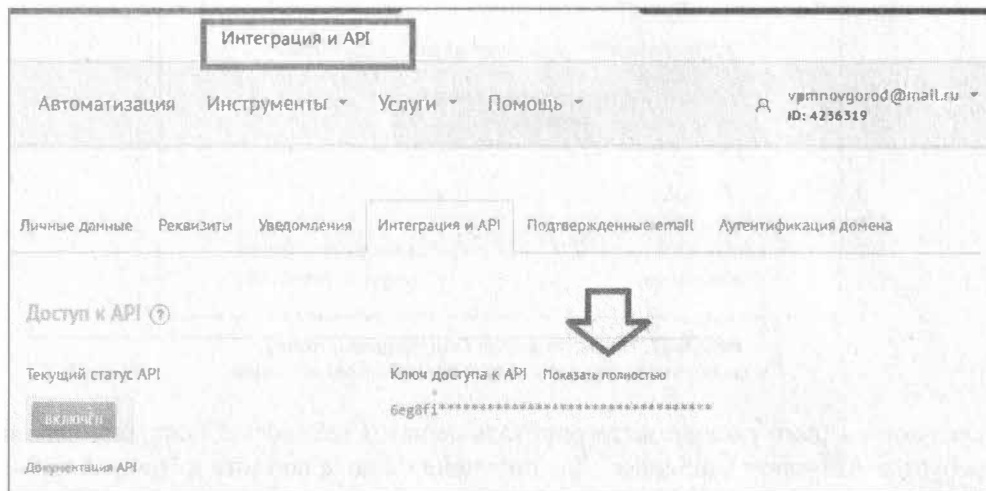


Рис. 9.29. Ссылка для показа API-ключа UniSender целиком

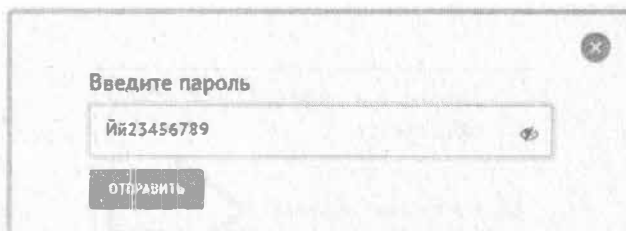


Рис. 9.30. Окно Введите пароль

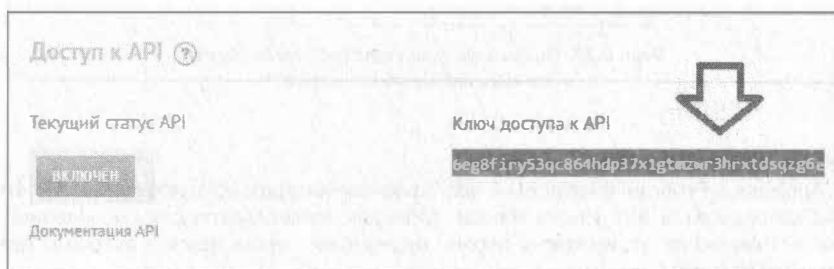
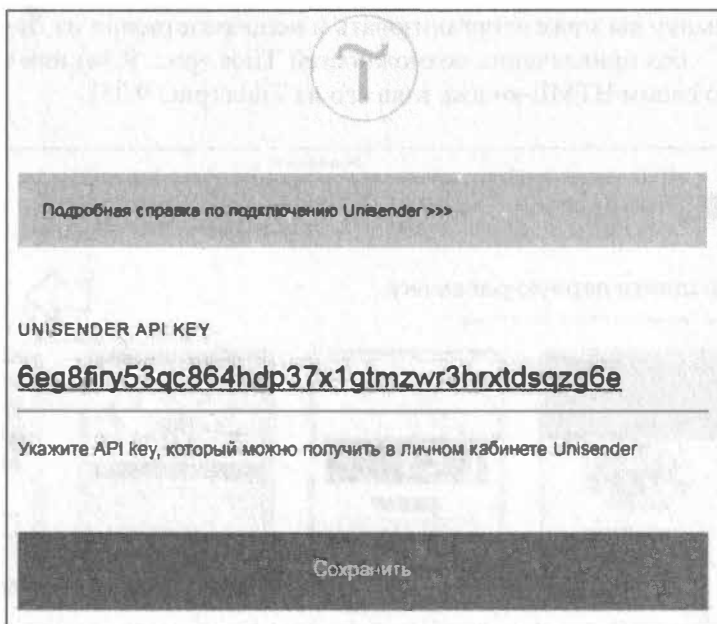


Рис. 9.31. Текущий статус API включен, ключ доступа к API открыт

ПРИМЕЧАНИЕ

Вы не можете активировать на Tilda несколько сервисов рассылок одновременно — активируйте или MailChimp, или UniSender, или SendGrid.



Детальная справка по подключению UniSender >>>

UNISENDER API KEY

6eg8firy53qc864hdp37x1gtmzwr3hrxtdsqzg6e

Укажите API key, который можно получить в личном кабинете UniSender

Сохранить

Рис. 9.32. Для активации сервиса UniSender на Tilda вводим сюда ключ API

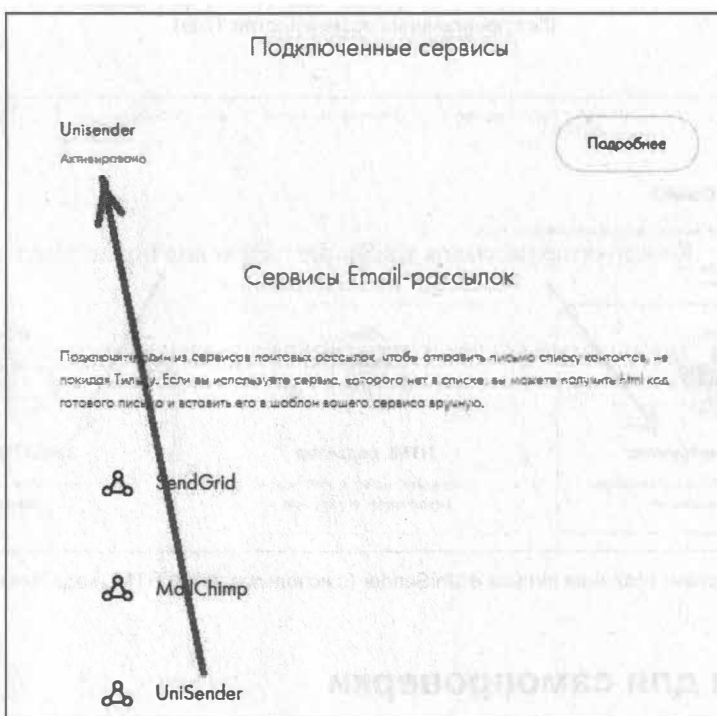


Рис. 9.33. Сервис рассылок UniSender активирован

Впрочем, рассылку вы можете организовать и непосредственно из Личного кабинета UniSender — без привлечения возможностей Tilda (рис. 9.34) или воспользовавшись для этого своим HTML-кодом, взяв его из Tilda (рис. 9.35).

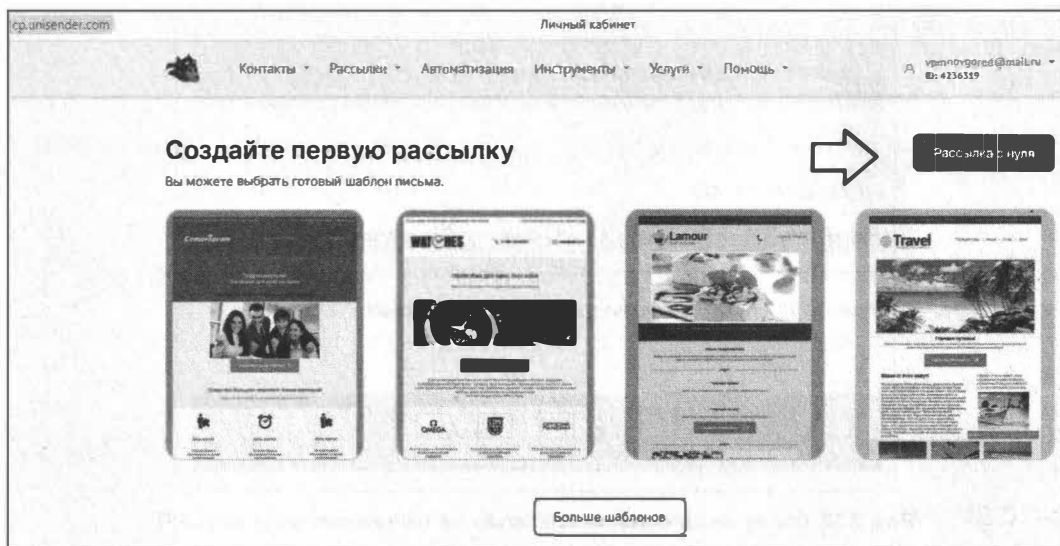


Рис. 9.34. Организация рассылки непосредственно из Личного кабинета UniSender (без привлечения возможностей Tilda)

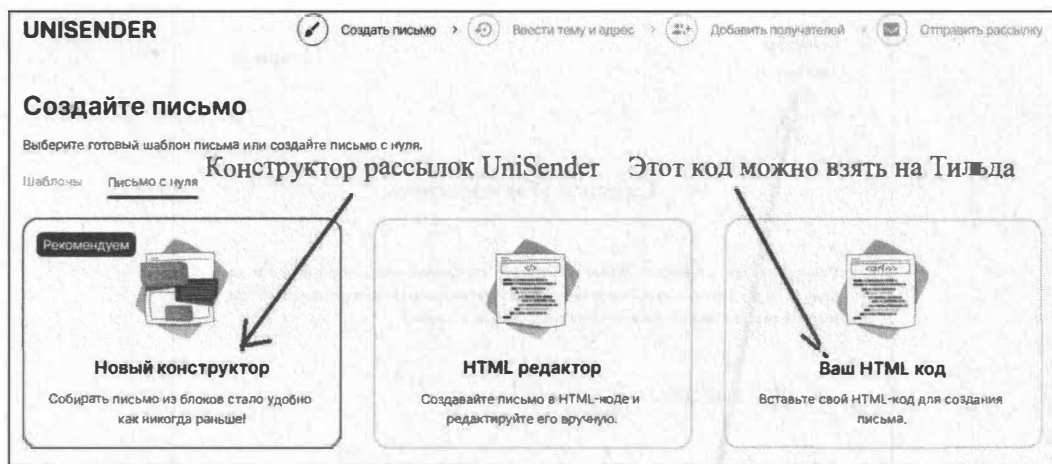


Рис. 9.35. Вариант создания письма в UniSender (с использованием HTML-кода, взятого из Tilda)

Вопросы для самопроверки

- ◆ Зачем нужны рассылки?
- ◆ Сколько различных рассылок можно создать в Tilda?

- ◆ Для чего служит сервис MailChimp?
- ◆ В чем смысл API key (ключа API)?
- ◆ На рис. 9.36 прием данных из формы осуществляется из Tilda CRM и двух сервисов. Зачем это нужно?

ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ

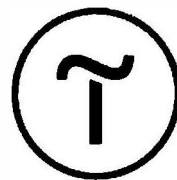
Отправленные данные будут храниться в разделе «Заявки». Также вы можете подключить сервисы приема данных, интегрированных с Тильдой.

TILDA CRM:	ПОДКЛЮЧЕННЫЕ СЕРВИСЫ:
<input checked="" type="checkbox"/> ОСТАВЬТЕ ВАШ ТЕЛЕФОН	<input checked="" type="checkbox"/> UNISENDER: VPMNOVGOROD@MAIL.RU
Перейти в Tilda CRM	<input checked="" type="checkbox"/> EMAIL: VPMNOVGOROD@MAIL.RU

Рис. 9.36. Часть меню Контент блока BF403

Задание

Создайте свою личную рассылку на интересующую вас тему.



ГЛАВА 10

Лендинг

НОВЫЙ ТЕРМИН

Лендинг (англ. landing page) — страница из нескольких блоков, продвигающая продукт (товар) или услугу.

Из определения вытекает, что посетитель всегда найдет в лендинге кнопку или форму для оформления заказа, консультации, звонка или скачивания файла. Что еще должно быть в «правильном» лендинге:

- ♦ шапка с логотипом, меню, контактами и кнопкой обратной связи;
- ♦ блок 1: что предлагается и графическое изображение товара или услуги;
- ♦ блок 2: описание выгод, получаемых потребителем (от услуг, товаров или сотрудничества), а также преимущества перед конкурентами;
- ♦ блок 3: призыв к действию и контакты для связи с продавцом;
- ♦ блок 4: список регалий и наград продавца;
- ♦ блок 5: ответы на основные вопросы клиентов;
- ♦ подвал с контактами разработчика сайта и ссылками на социальные сети.

Пример.

Делаем обучающий лендинг

Давайте закрепим то, что мы уже знаем на практике, и выполним пример по созданию несложного лендинга на Tilda.

Шаг 1. Создаем первый экран страницы

Выполним команду **Создать страницу** и выберем шаблон **CR16** (рис. 10.1).

В настройках страницы обозначим идею нашего проекта. Чтобы это сделать, находим в верхней строке меню окна, показанного на рис. 10.1, опцию **Еще**, нажимаем на черную стрелочку рядом с ней и выбираем команду **Настройки сайта**. В открывшемся окне (рис. 10.2) прописываем субдомен **tilda_vladimir**, а домен на бесплатной версии — всегда **tilda.ws**. После проведения необходимых нам корректировок шаблона нажимаем на кнопку **Сохранить изменения**.

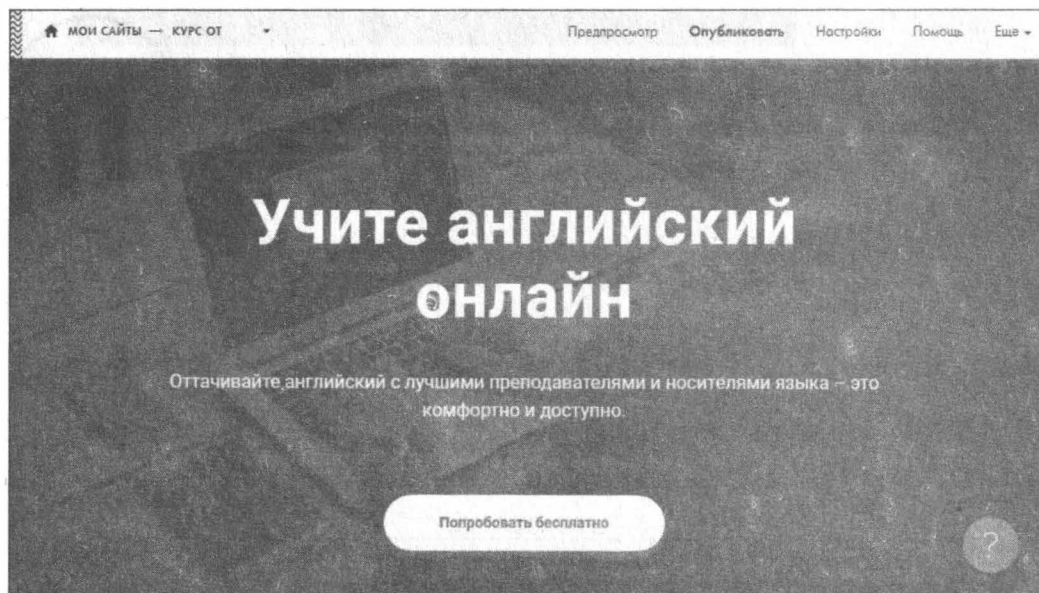


Рис. 10.1. Шаблон лендинга выбран

The image shows a form with three main sections. The first section is titled 'НАЗВАНИЕ САЙТА' and contains the text 'Уроки Тильдо для школьников'. The second section is titled 'ОПИСАНИЕ САЙТА' and contains the text 'Онлайн-обучение сайтостроению с репетитором'. The third section is titled 'СУБДОМЕН НА ТИЛЬДЕ' and contains the text 'https://tilda_vladimir' and 'tilda.ws'. At the bottom of the form, there is a note: 'Также вы можете подключить свой домен.'

Рис. 10.2. Назначим лендингу заголовок и описание

Зайдем в панель управления сайтом и убедимся, что изменения в настройки сайта внесены (рис. 10.3).

Результат редактирования первой страницы лендинга в меню **Контент** показан на рис. 10.4. Как вы уже знаете, меню **Контент** позволяет, в зависимости от вида блока, добавлять фото, видео, текст, ссылку для кнопки и т. п.

Вернемся к меню **Еще** и выберем опцию **Настройки страницы** (рис. 10.5) — откроется окно **Настройки страницы** (рис. 10.6).

Пока здесь изменим только картинку бейджика, отображающую наш сайт на других ресурсах глобальной Сети (рис. 10.7).

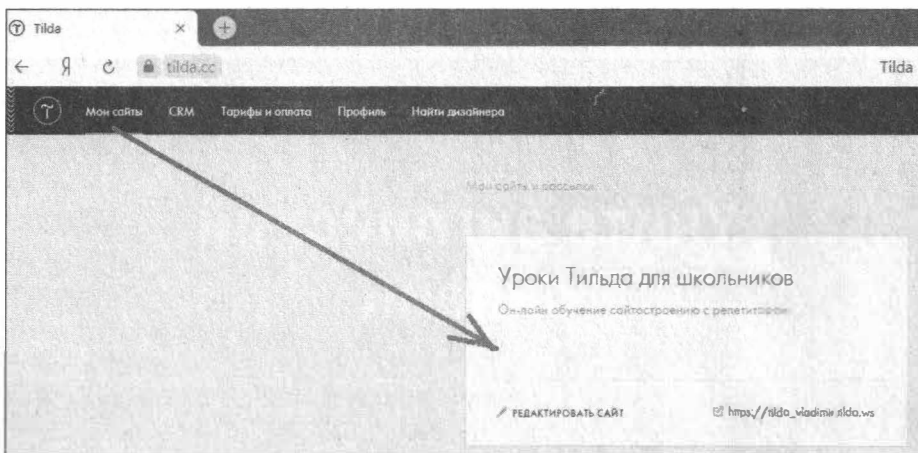


Рис. 10.3. Изменения в настройки сайта внесены

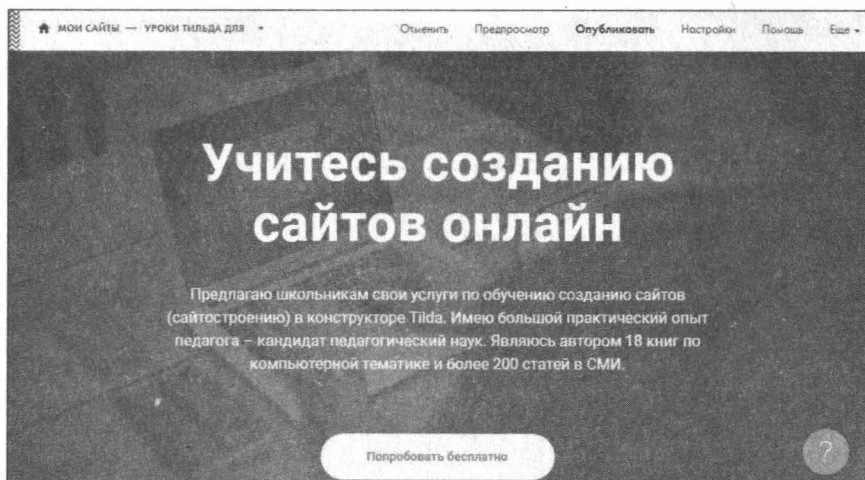


Рис. 10.4. Первая страница шаблона изменена под наши задачи

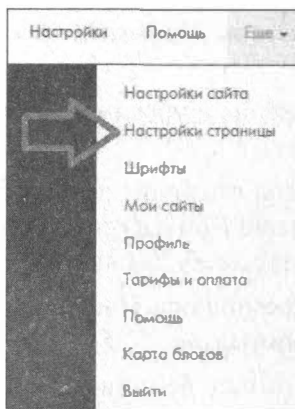


Рис. 10.5. Выберем в меню Еще опцию Настройки страницы

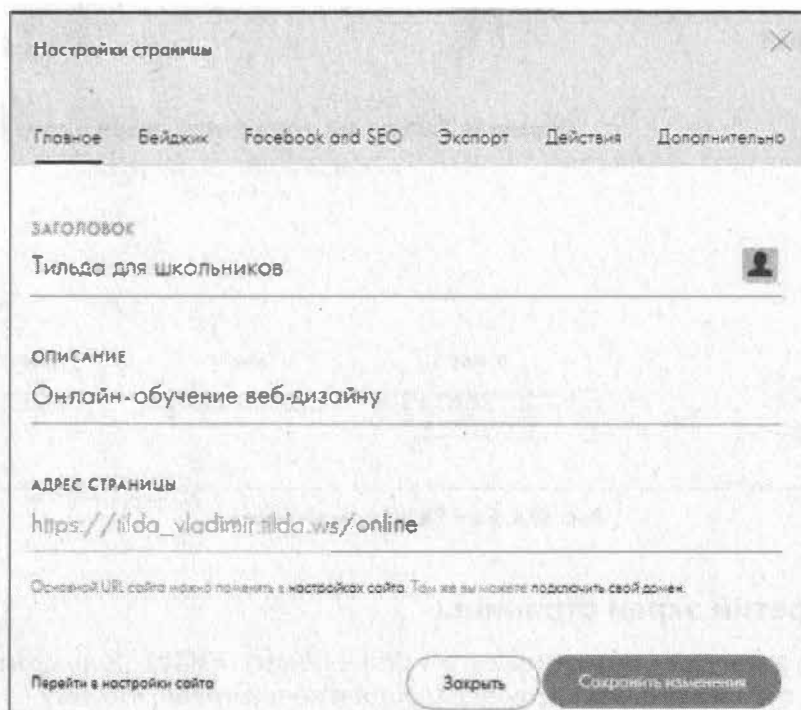


Рис. 10.6. Окно Настройки страницы

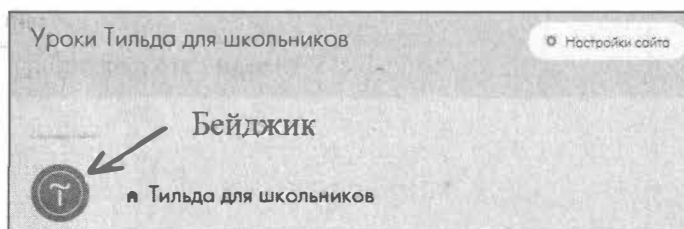


Рис. 10.7. Так выглядит наш бейджик в браузере

Шаг 2. Второй экран страницы

Переходим ко второму экрану нашего одностраничника — блоку **FR201**. В каждом блоке шаблона есть меню **Настройки**, содержимое которого (цвет фона, выравнивание, типографика, анимация и др.) разное, в зависимости от назначения блока. Вносим необходимые изменения как с помощью меню **Контент**, так и с помощью меню **Настройки** (рис. 10.8), и, как всегда в таких случаях, нажимаем на кнопку **Сохранить**.

СОВЕТ

Старайтесь не писать длинные тексты, так как существует мало желающих часами изучать ваш сайт. Наполнять текстом веб-сайт — это не книгу писать.



Рис. 10.8. Блок FR201 отредактирован

Шаг 3. Третий экран страницы

Переходим к третьему экрану нашего сайта — блоку **FR201**. Как можно видеть (рис. 10.9), третий экран мы настроили (построили) идентично второму.



Рис. 10.9. Третий экран страницы создан

Шаг 4. Четвертый экран страницы

Часть блоков шаблона мы удалили, а вместо них из раздела (категории) **Форма и кнопка** добавили форму **BF203N**. Мы преобразуем ее в заявку ученика на бесплатный урок (рис. 10.10).

Рис. 10.10. Содержимое блока BF203N отредактировано

Шаг 5. Подключаем службу Telegram

Пока еще кнопка **Отправить сообщение** (см. рис. 10.10) — фикция (иллюзия), то есть это лишь картинка, которая никуда при нажатии не ведет. Сделаем ее рабочей. Для этого выполним команду **Настройки сайта | Формы** и в сервисах приема данных из форм выберем сервис **Telegram** (рис. 11.11).

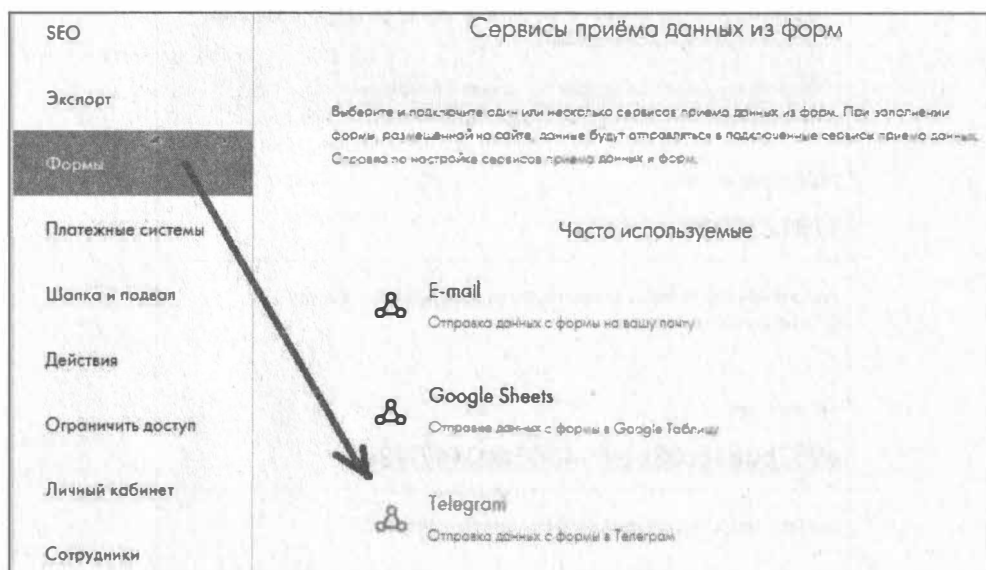


Рис. 10.11. Выбираем сервис Telegram

Для справки

Telegram — приложение для обмена сообщениями (безопасное, быстрое и бесплатное).

Чтобы активировать (подключить) сервис Telegram на Tilda нам потребуется API Key этого сервиса. Для этого нажимаем в окне, открывшемся после выбора сервиса, на ссылку **tg://resolve?domain=tildaformsbot**, активируем бот и нажимаем на кнопку **Start**. В ответ получаем ключ (рис. 10.12).

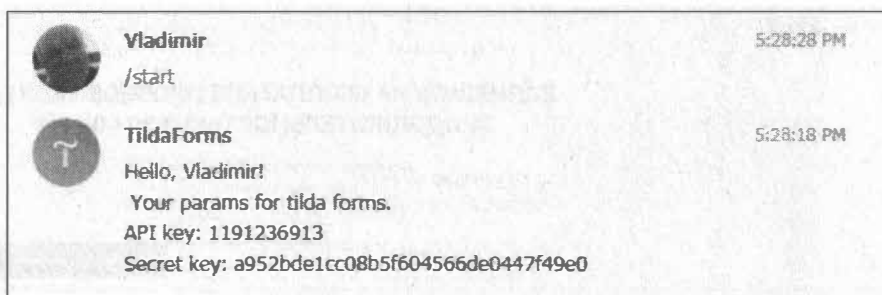


Рис. 10.12. API Key получен

Вставляем полученные данные в форму для активации сервиса Telegram (рис. 10.13) и нажимаем на кнопку **Сохранить**.

Подключение сервиса приёма данных: Telegram

Чтобы воспользоваться ботом, нажмите на ссылку или [tg://resolve?domain=tildafirmsbot](https://t.me/tildafirmsbot) и нажмите кнопку "Start". В ответ вы получите Ваш ключ, который нужно вставить в поле ниже.

Подробная справка по настройке приемщика и формы >>>

TELEGRAM API KEY

1191236913

Укажите API key, который можно получить обратившись к аккаунту @TildaFormsBot в Телеграм.

SECRET KEY

a952bde1cc08b5f604566de0447f49e0

Укажите Secret key, который выдается вместе с API KEY.

Сохранить

[Вернуться к настройкам форм](#)

Рис. 10.13. После заполнения полей сервис будет подключен

Активировав сервис, мы задействуем его на всех формах сайта (рис. 10.14).

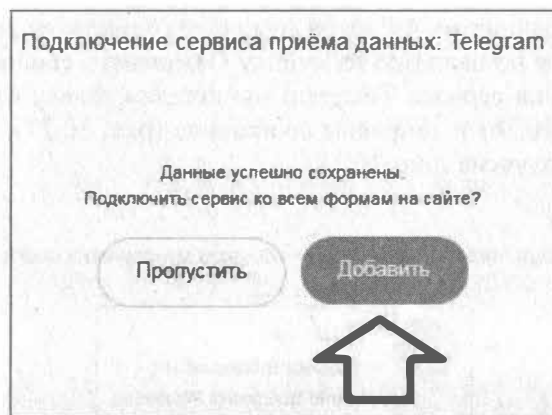


Рис. 10.14. Подключаем сервис к формам

После подключения сервиса нужно войти в меню **Контент** блока **BF203N** и установить флажок на прием данных из формы (рис. 10.15).

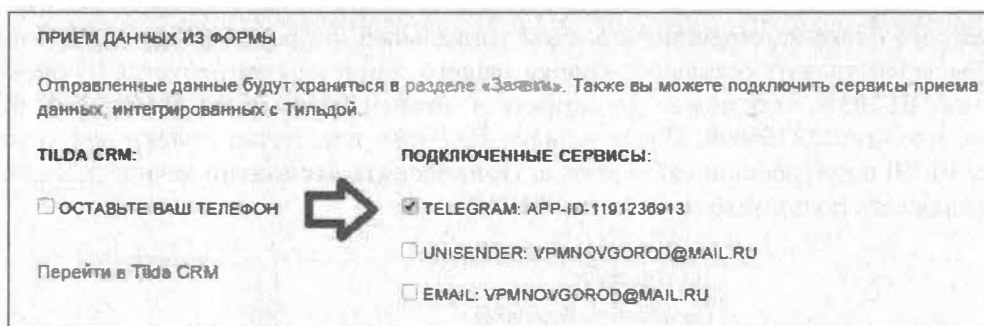


Рис. 10.15. Прием данных из форм организован на основе сервиса Telegram

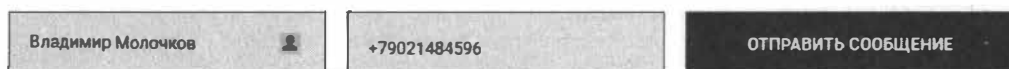


Рис. 10.16. Форма заявки заполнена

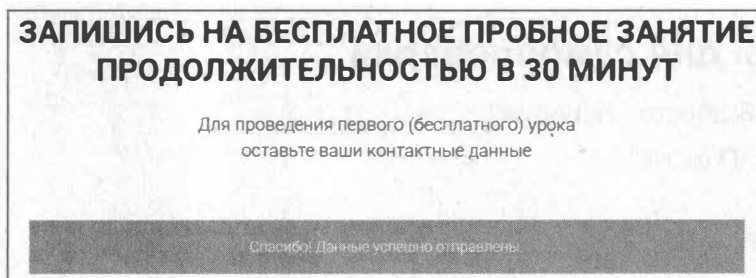


Рис. 10.17. Данные из формы отправлены в мессенджер учеником

Сделанную нами страницу из 4 блоков нужно опубликовать, и после публикации отправка заявок к нам по нажатию на кнопку **Отправить сообщение** должна работать. Для тестирования сервиса Telegram мы пошлем заявку сами себе: заполним форму заявки (рис. 10.16) и отправим сообщение (рис. 10.17). Да, действительно, работает — заявка получена (рис. 10.18).

НОВЫЙ ТЕРМИН

Мессенджер (Instant Messaging Service) — служба мгновенных сообщений.



Рис. 10.18. Данные из формы получены учителем

Шаг 6. Активируем кнопку **Попробовать бесплатно**

У каждого блока на странице есть свой уникальный цифровой номер — ID блока. Чтобы задействовать остальные кнопки нашего сайта, нам потребуется ID блока с формой **BF203N**. Его можно посмотреть в нижней части меню **Настройки блока** — это: **#rec223756099**. После вставки ID блока в качестве ссылки для кнопки (рис. 10.19) и публикации сайта кнопка **Попробовать бесплатно** начнет работать и перекидывать пользователя на форму **BF203N**.



Рис. 10.19. Ставим ссылку на кнопку **Попробовать бесплатно**

Вопросы для самопроверки

- ♦ В чем особенности лендингов?
- ♦ Что такое ID блока?

Задание

1. Сделайте в Tilda одностраничник на близкую вам тему. В этом лендинге подключите какую-либо службу для получения данных из формы на вашем сайте.

2. В подвале сайта <https://tilda.cc/ru/> изучите материал по теме **Создание landing page** (рис. 10.20).

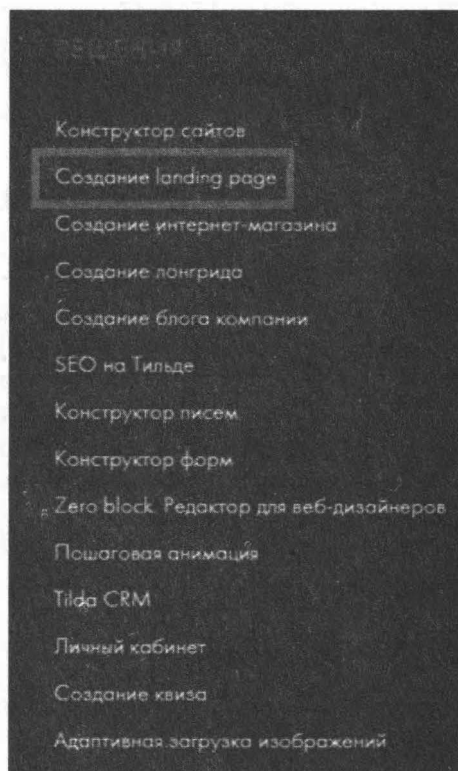
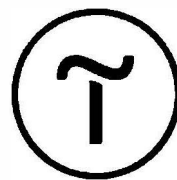


Рис. 10.20. Учебный материал **Создание landing page**



ГЛАВА 11

Многоэкранный сайт с меню

Рассмотрим пример создания сайта с меню. Поскольку каждая кнопка меню будет выводить на монитор один экран из блока (или блоков), то у пользователя создастся впечатление, что он на многостраничном сайте. На самом деле это «псевдомногостраничник», так как страница в сайте одна, длинная, однако наличие у этой страницы меню вызывает у пользователя ощущение, что он на многостраничном сайте. В качестве примера такого сайта мы создадим по шагам блоки сайта **Фриланс Веб Студия «ART-WWW»**.

Шаг. 1. Выбор шаблона, настройка страницы и сайта

За основу разрабатываемого сайта веб-студии мы выберем шаблон **Универсальная страница компании** (рис. 11.1).

Из этого шаблона мы удалим ненужные нам блоки, а вместо них (копированием через буфер обмена) вставим блоки из шаблона **Портфолио дизайнера** (рис. 11.2).

Далее выполним необходимые настройки страницы (рис. 11.3), в том числе добавим соответствующий бейджик (рис. 11.4), а также настройки сайта, добавив в него название (рис. 11.5) и субдомен (рис. 11.6).

ПРИМЕЧАНИЕ

Субдомен — это уже не весь сайт, а его раздел. Это как каталог и подкаталог. Например, если домен выглядит как **tilda.ws**, а субдомен — как **ivan.tilda.ws**, это означает, что внутри сайта **tilda.ws** будет раздел про некоего Ивана.

Шаг 2. Логотип для сайта

Логотип и бейджик можно бесплатно создать онлайн на следующих сайтах:

- ◆ <https://logotip.online/>
- ◆ <https://turbologo.ru/>
- ◆ <https://www.logaster.ru/>

Логотипы эти сервисы делают быстро и вполне неплохо (рис. 11.7).

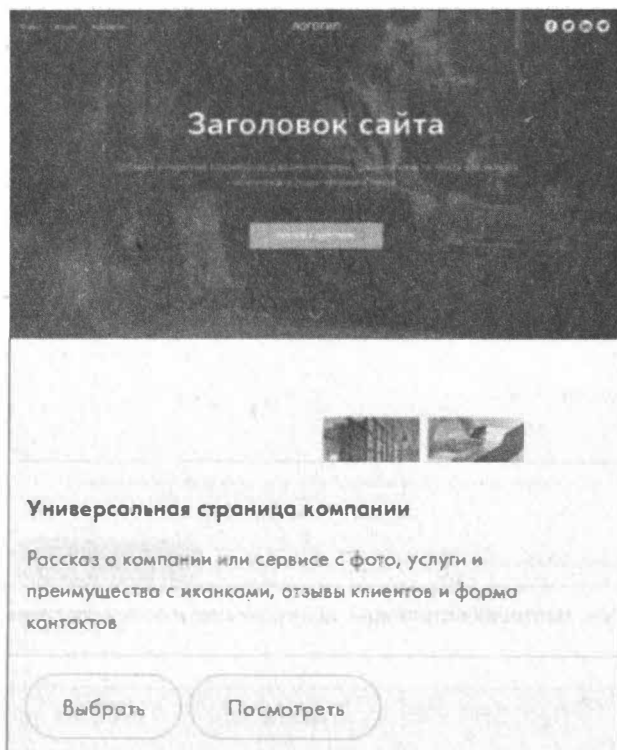


Рис. 11.1. Шаблон выбран

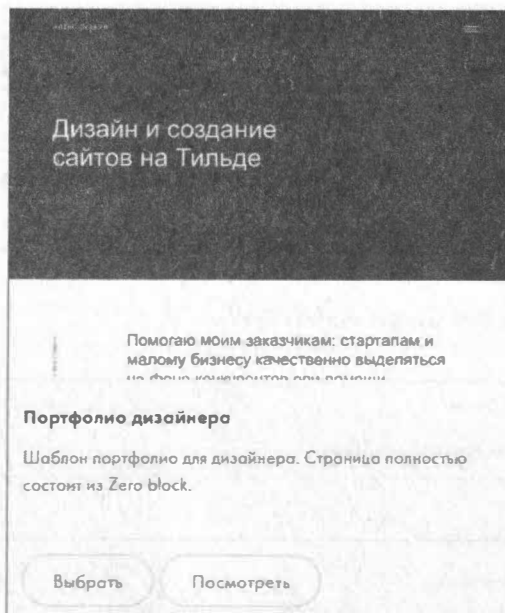


Рис. 11.2. Редактируем шаблон Универсальная страница компании с помощью блоков шаблона Портфолио дизайнера

Настройки страницы

Главное Бейджик Facebook and SEO Экспорт Действия Дополнительно

ЗАГОЛОВОК
Фриланс Веб Студия «ART-WWW»

ОПИСАНИЕ
Наша команда предлагает Вам создание веб сайтов

АДРЕС СТРАНИЦЫ
https://art-www.tilda.ws/art-www

Фактический URL сайта можно поменять в настройках сайта. Там же вы можете подключить свой домен.

Перейти в настройки сайта Закрыть Сохранить изменения

Рис. 11.3. Окно **Настройки страницы**: добавляем заголовок и описание страницы

Фриланс Веб Студия «ART-WWW».

Страницы сайта:

Фриланс Веб Студия «ART-WWW»

Рис. 11.4. Окно **Настройки страницы**: добавляем бейджик

НАЗВАНИЕ САЙТА
Фриланс Веб Студия «ART-WWW».

ОПИСАНИЕ САЙТА
Создание сайтов на Tilda

СУБДОМЕН НА ТИЛЬДЕ
https://art-www tilda.ws

Рис. 11.5. Окно **Название сайта**: добавляем название и описание сайта



Рис. 11.6. Название сайта и субдомен добавлены

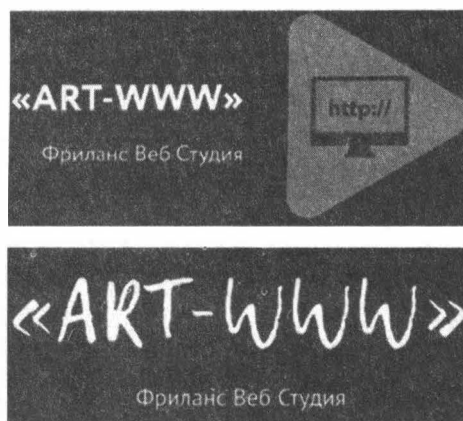


Рис. 11.7. Пример двух логотипов, выполненных в бесплатных онлайн-конструкторах

Шаг 3. Универсальное меню с логотипом по центру

Начнем разработку сайта, добавив в него универсальное меню с логотипом по центру (блок ME302). В этом блоке мы изменили состав пунктов меню, добавили логотип и ссылки на соцсети (рис. 11.8).



Рис. 11.8. Редактируем блок ME302

Понятно, что каждой кнопке (пункту) меню должен соответствовать одноименный блок, перед которым установлен якорь. Каждая кнопка также должна иметь ссылку для перехода на якорь (рис. 11.9).



Рис. 11.9. Ссылки на кнопки установлены

Шаг 4. Обложка с одной или двумя кнопками. Якорная ссылка

Обложка с одной или двумя кнопками — это блок **CR16**. В нем мы заменили картинку и текст (рис. 11.10).

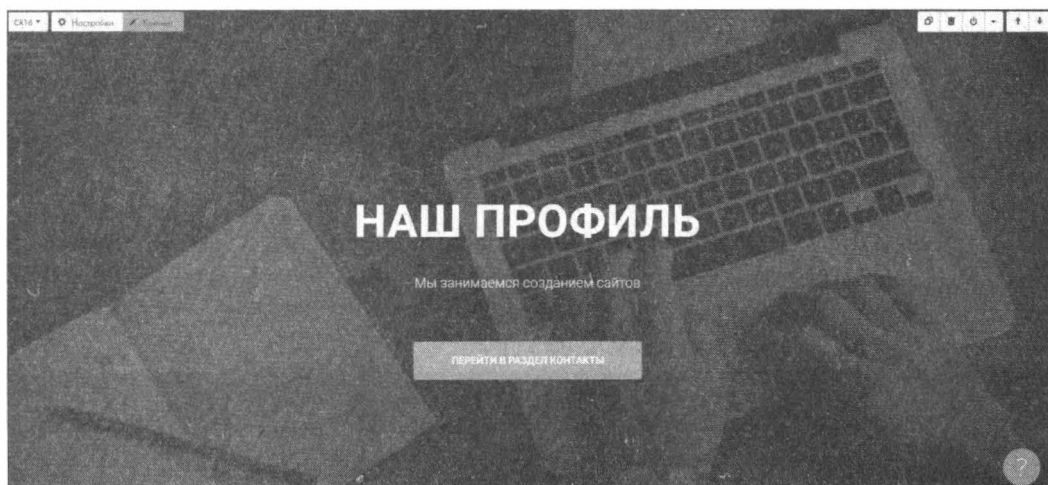


Рис. 11.10. Блок CR16 оформлен

Перед обложкой мы установили якорь — блок **T173** (рис. 11.11). Доступ к якорному блоку осуществляется из Библиотеки блоков командой **Другое | Якорная ссылка**.

Рис. 11.11. Якорная ссылка с именем **service****ПРИМЕЧАНИЕ**

Оформление остальных якорных ссылок мы описывать не будем — все необходимое о якорях мы уже сообщили.

На кнопку **Перейти в раздел контакты** мы поставили ссылку, одноименную с кнопкой **Контакты** (рис. 11.12).

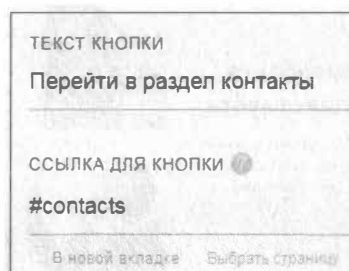
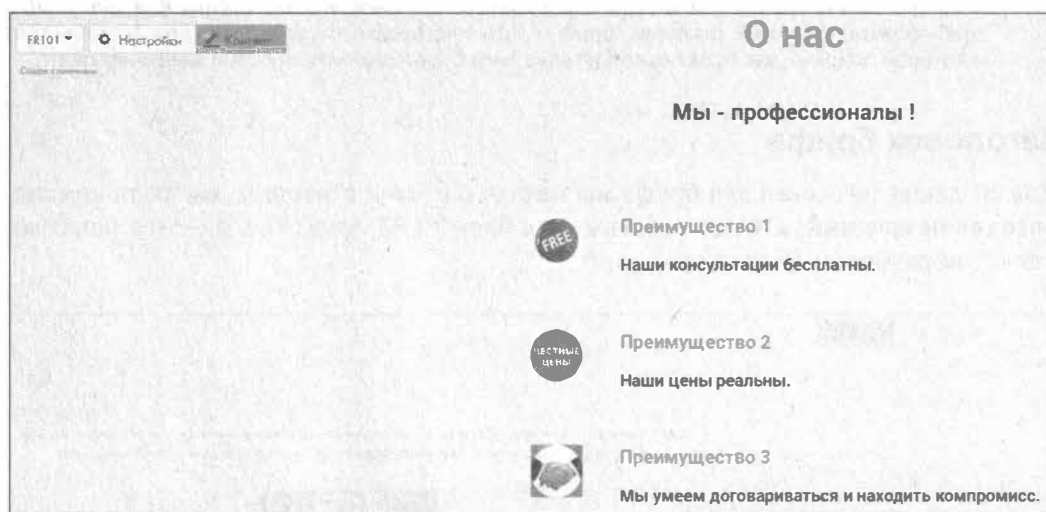


Рис. 11.12. Кнопка оформлена

Шаг 5. Список с галочками

Список с галочками — это блок **FR101**. Здесь комментировать нечего — установка этих блоков проста и понятна (рис. 11.13).

Рис. 11.13. Блок **FR101**

Шаг 6. Две колонки с четырьмя картинками и текстом

Две колонки с четырьмя картинками и текстом — это блок **AB604**. Его мы редактировали минимально — заменили только изображения и текст (рис. 11.14).



Рис. 11.14. Здесь мы сделали акцент на словах Билла Гейтса

Шаг 7. Бриф

Уточним НОВЫЙ ТЕРМИН

Бриф (от англ. brief — инструкция) — письменная форма согласия между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего сайта (веб-проекта). Другими словами, бриф — это инструкция от заказчика для исполнителя, в которой описано, как будет выглядеть (из чего будет состоять) нужный заказчику сайт.

Заголовок брифа

Для создания заголовка для брифа мы начали с пустой страницы, выбрали команду **Заголовок средний**, а затем использовали блок **TL03** (рис. 11.15) — это заголовок с текстом размером 36 пунктов.

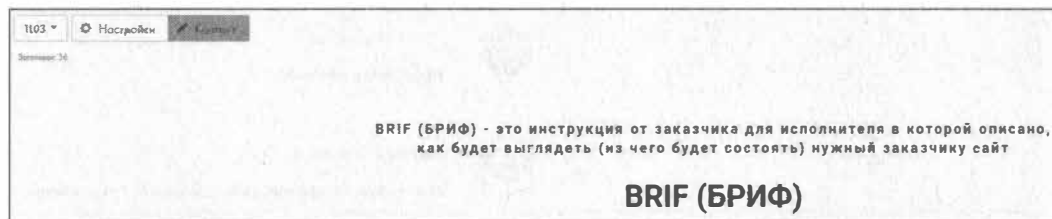


Рис. 11.15. Заголовок брифа — блок **TL03**

Тело брифа

Тело брифа составляет форма с множеством полей — это блок **BF204N**. Поля этого блока заказчик может заполнять по своему усмотрению и тем самым описать свою мечту о том, как его сайт должен будет выглядеть (рис. 11.16).

The screenshot shows a web form titled 'BF204N' with tabs for 'Настройки' and 'Сайт'. The form is for 'Спецификация формы и содержания сайта'. It contains several text input fields and a dropdown menu. The text inside the form reads: 'В нескольких предложениях опишите ваши пожелания на сайт', 'Все что может быть важным для вашего сайта', 'Тип сайта', 'Одностраничный', 'Одностранижный', 'Многостраничный', 'Интернет-магазин', 'Другое', 'Ориентировочный бюджет на сайт', 'Основное предназначение сайта', and 'Например, зарегистрировать аудиторию на ивент'.

Рис. 11.16. Форма брифа

Шаг 8. Колонки с большими значками

Колонки с большими значками — это блок **FR201**. Его мы использовали для того, чтобы представить наши цены на проекты (рис. 11.17).

The screenshot shows a pricing table titled 'ЦЕНЫ' with the text 'Работаем по предоплате 50% после обсуждения проекта по брифу'. The table has three columns, each with an icon, a title, and a description of the price range and scope of work.

Сайт визитка, Лендинг	Сайт Компании, Интернет Магазин	Корпоративный сайт, Портал
Стоимость от 3000 до 6000 руб. в зависимости от размера и сложности работ по созданию сайта.	Стоимость такой разработки составляет от 7000 до 20000 руб. и зависит от сложности функционала и количества продаваемых товаров и услуг.	Такие сайты, как правило, имеют довольно сложный функционал и разветвленную структуру, содержат большое количество страниц и разделов. Стоимость такой разработки начинается от 20000 руб.

Рис. 11.17. Блок FR201 отредактирован

Для украшения текста мы использовали значки из библиотеки **Tilda Icons** (рис. 11.18).



Рис. 11.18. Окно Поиск фотографий и иконок

Шаг 9. Отзывы в две колонки

Отзывы в две колонки — это блок **TS201**. Его мы применили дважды: чтобы показать состав своей команды (рис. 11.19) и чтобы представить отзывы клиентов о нашей работе (рис. 11.20).



Рис. 11.19. Команда



Рис. 11.20. Отзывы наших клиентов

Шаг 10. Форма захвата на фонеовом изображении

Форма захвата на фонеовом изображении — это блок **BF308N** (рис. 11.21).

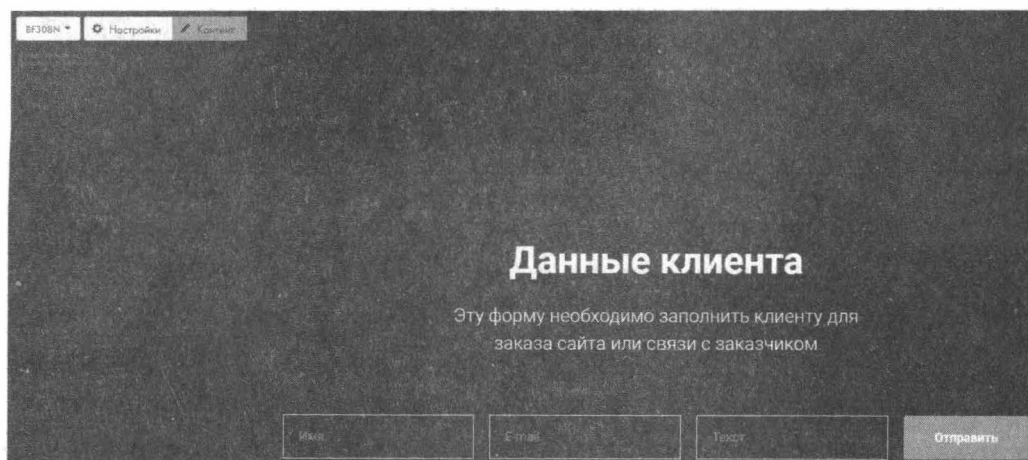
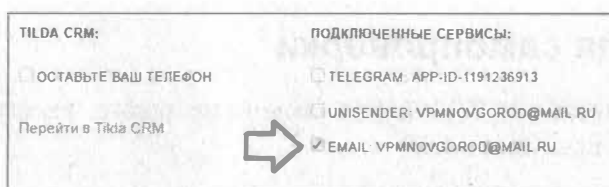


Рис. 11.21. Форма для получения заказчиком данных клиента

Рис. 11.22. В меню **Контент** мы установили флажок для сервиса **Email**

Мы уже знаем, что для работы такой формы необходимо подключить службу, и умеем это делать. Воспользуемся здесь службой **Email** (рис. 11.22).

Шаг 11. Контакты с заголовком, крупным телефоном и email

Контакты с заголовком, крупным телефоном и email — это блок **CN106**. В этом блоке мы указали свои контакты и прикрепили к нему якорь **contacts** (рис. 11.23).



Рис. 11.23. Блок **CN106** готов

Шаг 12. Публикация сайта в Сети

Опубликуем сайт (рис. 11.24). Если возникнут ошибки — например, какая-либо кнопка не работает, то вернемся в режим редактирования и исправим эти ошибки.

На этом работу над нашим учебным примером — сайтом **Фриланс Веб Студия «ART-WWW»** — можно считать завершенной.

Вопросы для самопроверки

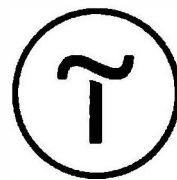
- ◆ Можно ли компоновать Tilda-сайт на основе не одного, а нескольких шаблонов одновременно? Если да, то как?
- ◆ В чем назначение якорных блоков?
- ◆ Что такое бриф?



Рис. 11.24. Публикация сайта выполнена

Задание

Разработайте свой дизайн сайта на тему вашей «**Фриланс Веб Студии**».



ГЛАВА 12

Настройка анимации в блоках

Нужна ли анимация на сайтах? Скорее да, чем нет. Качественная и уместная анимация веб-страниц радует глаз и помогает пользователю в работе. Однако движение объектов на вашем сайте не должно быть мультфильмом для развлечения посетителей. Анимация — не способ отличиться от конкурентов и «понтануться». Задача анимации на сайтах должна быть другой, а именно — улучшить юзабилити сайта, сделать работу пользователя с сайтом удобной:

- ◆ анимацией можно выделить главную информацию на сайте;
- ◆ веселые анимированные подсказки обеспечат хорошую навигацию по сайту;
- ◆ анимацией можно обеспечивать реакцию на правильные и неправильные действия пользователя — например, с помощью смайликов;
- ◆ анимация хорошо подходит для создания слайдеров и каруселей из картинок. Такие блоки также экономят место на сайте.

Tilda предлагает два вида анимации:

- ◆ **Basic Animation** (базовая анимация) — например, плавное появление текста на странице. Такую анимацию можно организовать в настройках блоков;
- ◆ **Step-by-step Animation** (пошаговая анимация) — пошаговая настройка поведения объекта в соответствии с пожеланиями веб-дизайнера. Пошаговая анимация настраивается в разделе **Step by Step Animation** редактора Zero Block.

Базовая анимация в настройках блоков

Для знакомства с тем, как в Tilda организуется анимация, в Библиотеке блоков откроем раздел **Обложка** и выберем шаблон **CR15** — обложку с одной или двумя кнопками (рис. 12.1).

Затем в настройках блока раскроем раздел **Анимация** (рис. 12.2).

В этом окне анимация первых трех объектов: заголовка, описания и кнопки — заключается в изменении их прозрачности. Эффектов для кнопки три: **flash** (вспышка), **ripple** (волна) и **light** (свет). Соответственно, при наведении мыши на кнопку в первом случае мы увидим подобие вспышки, во втором — рябь, визуально напоминающую расходящиеся круги на воде, в третьем — освещение/затемнение (рис. 12.3).

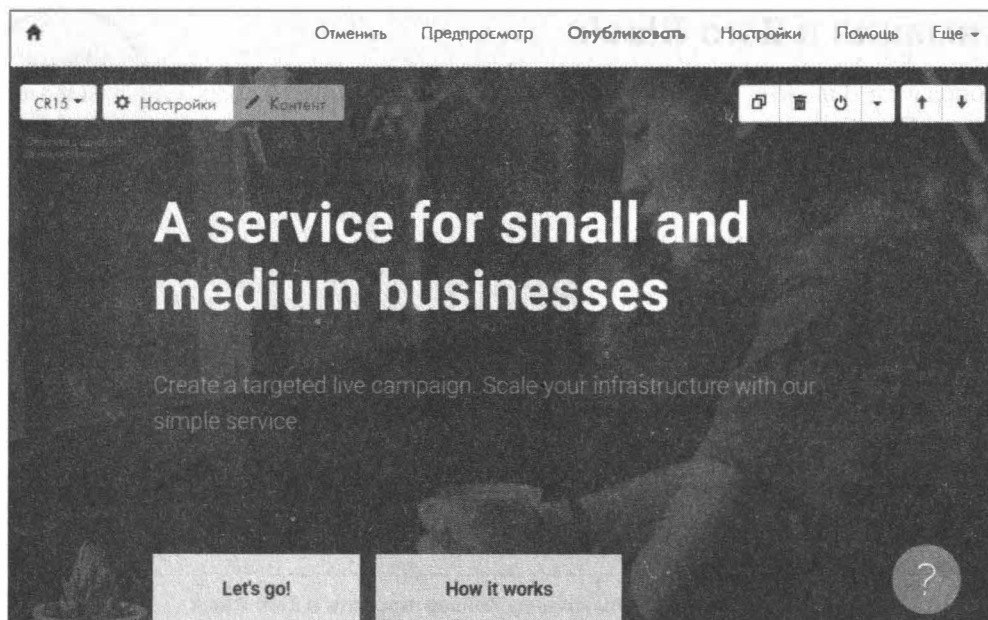


Рис. 12.1. Обложка CR15

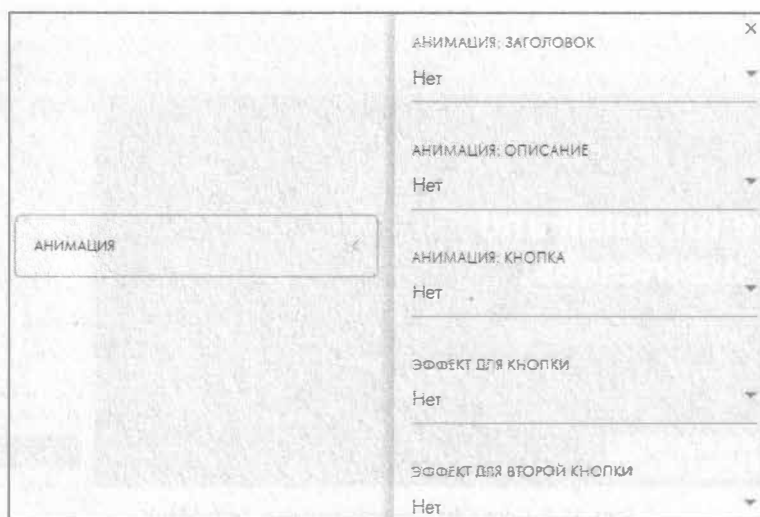
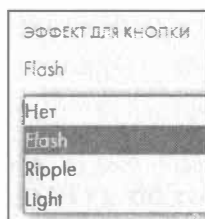


Рис. 12.2. Раздел Анимация в настройках блока CR15

Рис. 12.3. Выпадающее меню
Эффект для кнопки

Анимация в Zero Block

Преобразуем обложку CR15 в Zero Block, для чего в настройках блока выполним команду **Конвертировать в Zero Block** (рис. 12.4).

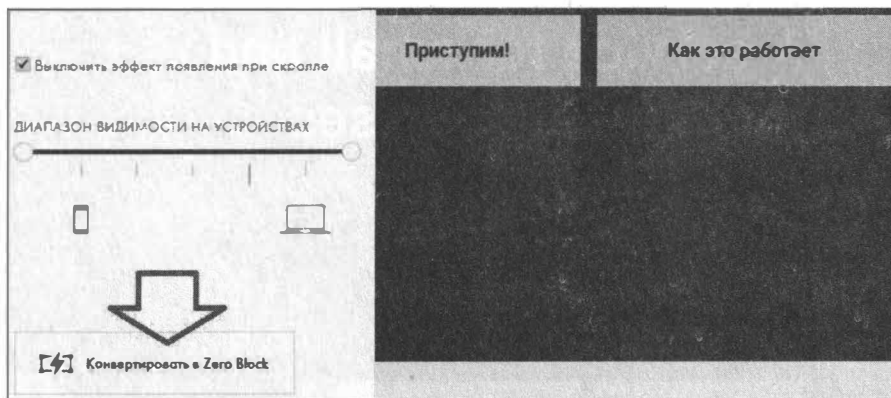


Рис. 12.4. Выполняем команду **Конвертировать в Zero Block**

После конвертации (рис. 12.5) нажмите на кнопку **Редактировать**.

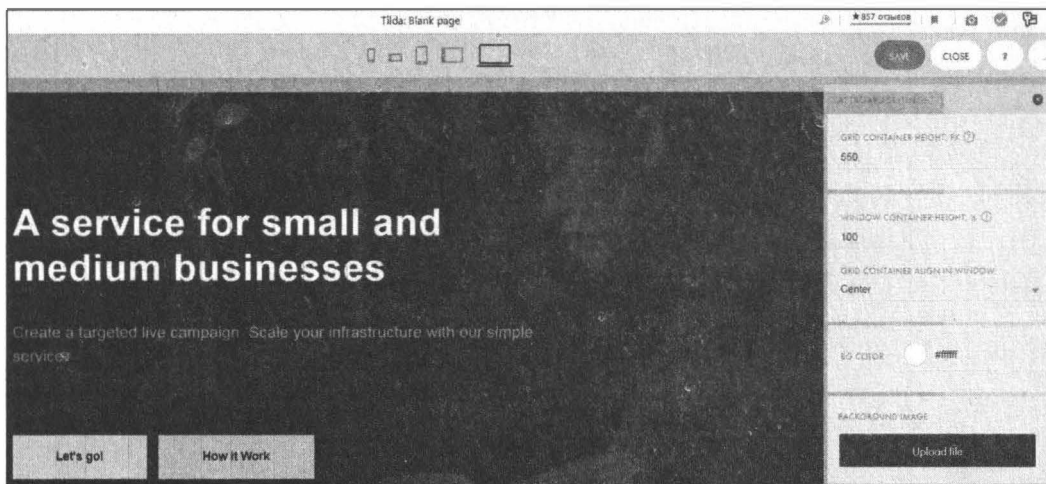


Рис. 12.5. Блок CR15 преобразован в Zero Block

Теперь, если выделить какой-либо элемент блока, то вы сможете создать для него базовую или пошаговую анимацию.

Базовая анимация в Zero Block

Меню базовой анимации показано на рис. 12.6. Как можно видеть, оно предусматривает три группы эффектов: **Animation**, **Parallax** и **Fixing**.

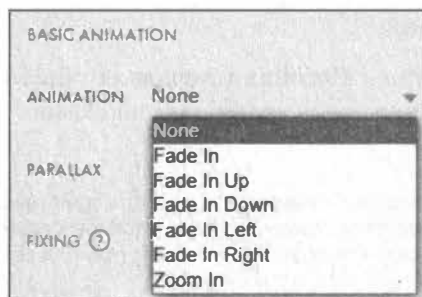


Рис. 12.6. Окно для настройки базовой анимации в редакторе Zero Block

Группа эффектов *Animation*

Здесь варианты **Fade** (см. рис. 12.6) означают эффекты появления объекта: слева, справа, снизу и сверху, а команда **Zoom In** — это увеличение объекта. При выборе конкретного эффекта появляются дополнительные настройки — так, на рис. 12.7 показано меню настроек эффекта **Zoom In**:

- ◆ **Duration** — продолжительность анимации (в секундах);
- ◆ **Scale** — масштаб (размер) объекта (в пикселах);
- ◆ **Delay** — задержка перед началом анимации (в секундах);
- ◆ **Trigger Offset** — расстояние до края экрана, после которого запускается анимация (расстояние между элементом и выбранным краем экрана);
- ◆ **Play Element** — проверка анимации элемента;
- ◆ **Play All** — проверка всей анимации в блоке.

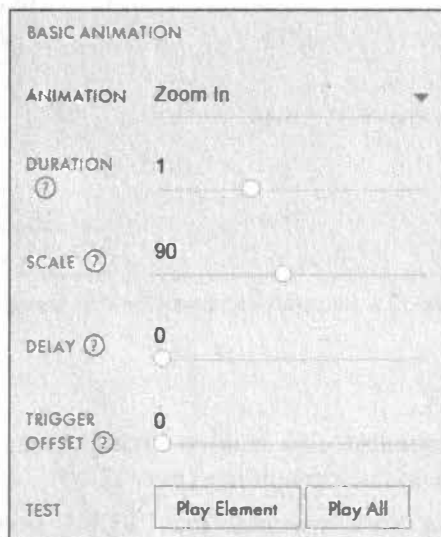


Рис. 12.7. Меню настроек эффекта **Zoom In**

Группа эффектов *Parallax*

При выборе эффектов группы **Parallax** (смещения объекта в процессе его анимации) триггером может быть скролл (прокрутка) или мышь (рис. 12.8).

НОВЫЙ ТЕРМИН

Триггер — средство анимации, позволяющее задать действие выделенному элементу. Например, триггером может стать щелчок мыши. Использование триггеров делает объекты интерактивными. Примером такого интерактивного объекта может быть любой роlover.

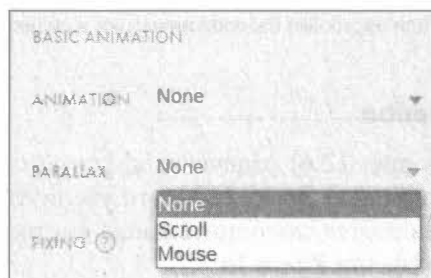


Рис. 12.8. Два эффекта группы **Parallax**

Эффекты **Parallax** можно настраивать. Так, на рис. 12.9 показана настройка эффекта, когда триггером является движение курсора мыши. Здесь при создании анимации мы задаем смещение элемента по осям *X* и *Y* относительно местоположения курсора на экране (в пикселах).

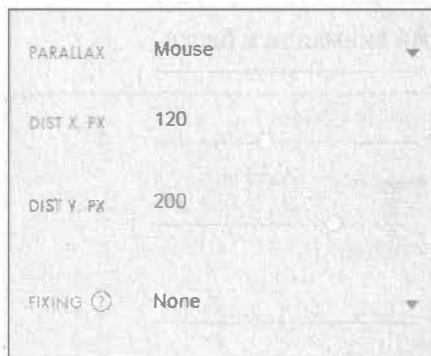


Рис. 12.9. Настройки эффекта **Parallax Mouse**

Группа эффектов *Fixing*

При создании эффекта анимации с названием **Fixing** выбирается фиксация элемента относительно экрана: верх, центр или низ (рис. 12.10).

При настройке эффектов этой группы (рис. 12.11) можно назначить **Trigger Offset** — расстояние в пикселах до края экрана, после которого запускается анимация (расстояние между элементом и выбранным краем экрана). Вы также можете

задать **Distance** — расстояние в пикселах, которое вы будете прокручивать, а элемент продолжит сохранять фиксированное положение.

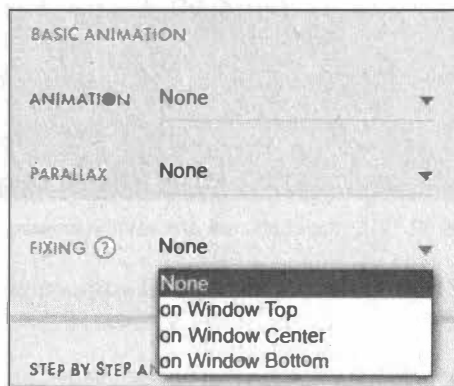


Рис. 12.10. Выпадающее меню для эффекта Fixing



Рис. 12.11. Настройка анимационного эффекта Fixing

ВНИМАНИЕ

Работу параллакса (**Parallax**) и фиксированной анимации (**Fixing**) вы не сможете проверить в режиме редактирования. Анимацию нужно сохранить, закрыть и запустить режим предварительного просмотра.

Пошаговая анимация в Zero Block

Рассмотрим алгоритм создания в Zero Block пошаговой анимации:

- ◆ шаг 1 — выделите элемент в Zero Block;
- ◆ шаг 2 — в списке **Event** выберите событие для начала анимации (рис. 12.12):
 - **Element on Screen** — анимация стартует при появлении элемента на экране;
 - **Block on Screen** — анимация стартует при появлении на экране блока;
 - **On Scroll** — анимация происходит во время прокручивания экрана;
 - **On Hover** — анимация стартует при наведении на элемент;
 - **On Click** — анимация стартует при щелчке на элементе мышью;

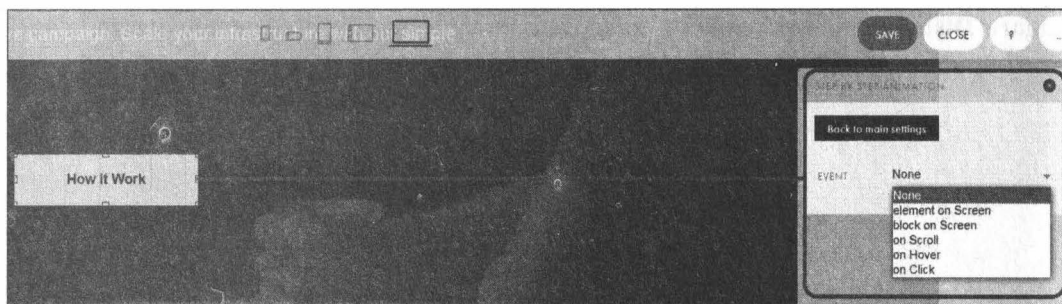


Рис. 12.12. Список событий для начала анимации

Начало анимации также определяется дополнительными опциями **Start Trigger**, **Trigger Offset** и **Loop** (рис. 12.13):

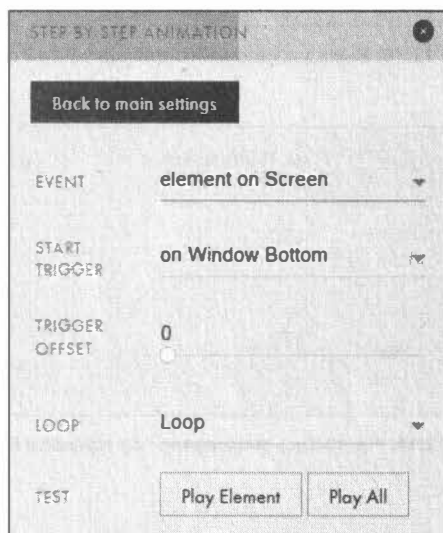


Рис. 12.13. Настройки начала анимации

- **Start Trigger** — стартовое (начальное) положение объекта анимации (верхняя граница экрана — **On Window Top**, центр экрана — **On Window Center** и нижняя граница экрана — **On Window Bottom**);
- **Trigger Offset** — положение объекта в конце анимации относительно начального его положения (**Window Top**, **Window Center** или **Window Bottom**);
- **Loop** — задание повторения для анимации. Если включено за цикливание, то после завершения анимация запускается заново.

С помощью команд области **Test** (кнопки **Play Element** и **Play All**) можно проиграть анимацию объекта или всех объектов в блоке;

- ♦ шаг 3 — добавьте новые шаги анимации (рис. 12.14). Между шагами можно переключаться. При этом синяя рамка элемента означает исходное состояние объекта, а зеленая — его состояние при редактировании шага.



Рис. 12.14. Мы добавили 6 шагов

- ♦ шаг 4 — настройте свойства указанного вами объекта для каждого шага (рис. 12.15):

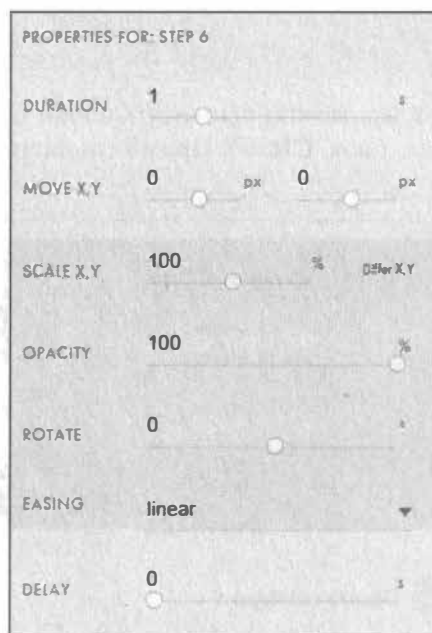


Рис. 12.15. Панель для настройки свойств шестого шага анимации

- **Duration** — продолжительность (длина) анимации (в секундах);
- **Move X,Y** — координаты, куда будет перемещен объект относительно своего начального положения. Эти координаты можно задать как конкретные значения или просто переместив объект мышью;
- **Scale** — масштаб (размер) объекта (в %), то есть процент увеличения или уменьшения элемента к концу шага;

- **Opacity** — прозрачность объекта анимации на конец шага (в %);
- **Rotate** — угол поворота объекта (в градусах) к концу шага;
- **Easing** — сглаживание движения объекта (**Linear** — линейное выполнение анимации, **easeIn** — замедление на старте, **easeOut** — замедление перед финишем, **easeInOut** — замедление на старте и перед финишем, **bounceFin** — отскок в сторону в конце анимации);
- **Delay** — задержка. При этом анимация демонстрируется не сразу, а с этой задержкой (в секундах).

Пример. Делаем слайдер и слайд-шоу

НОВЫЙ ТЕРМИН

Слайдером называют специальный блок на странице, в котором возможно оживление (изменение) контента автоматически или вручную с применением различной анимации. В таких блоках часто используют стрелки, индикаторы, таймеры и другую мультипликацию в виде мультимедиа и ссылок.

Слайдер

Чтобы сделать в Tilda слайдер, можно применить блоки **GL01**, **GL19**, **GL20**, **GL21** из категории **Галерея** или блок **CR30N Промо слайдер** из категории **Обложка** (рис. 12.16).

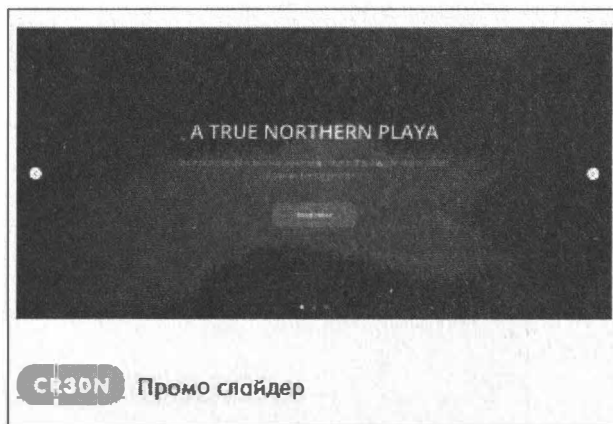


Рис. 12.16. Блок **CR30N**

Промослайдер позволяет с помощью двух боковых стрелок задать прокручивание влево или вправо набора слайдов, подготовленных в меню **Контент** (рис. 12.17).

Подобным же образом выглядит и галерея на основе блока **GL20** (рис. 12.18).

По умолчанию показ картинок в слайдере задается вручную с помощью боковых стрелок. Однако вы можете задать автоматическую смену слайдов в миллисекундах, выполнив команду **Настройка блока | Стиль галереи** (рис. 12.19).

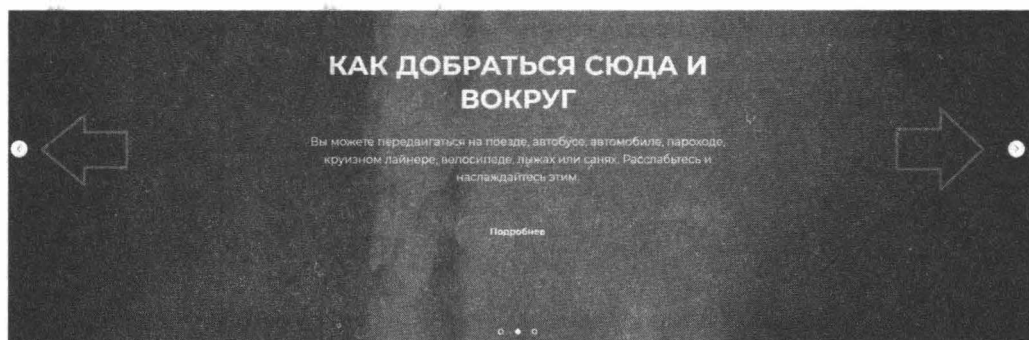


Рис. 12.17. Слайдер про тур в Финляндию



Рис. 12.18. Блок GL20



Рис. 12.19. Установление автоматической смены изображений в блоке

Для интернет-магазина хорошо подходит слайдер с карточками, который вы можете добавить при помощи блока **TE800** из категории **Плитка и ссылка** (рис. 12.20).

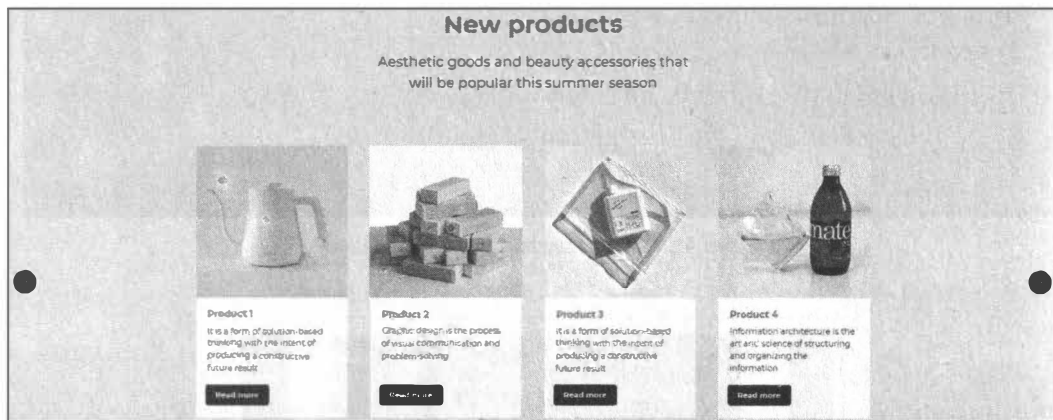


Рис. 12.20. Слайдер с карточками и анимацией вручную

Слайд-шоу

Слайд-шоу можно добавить в любую обложку с помощью блока **T833** из категории **Другое** (рис. 12.21). Смена фона обложки после публикации блока будет происходить автоматически.



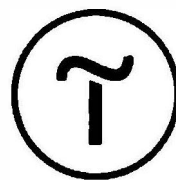
Рис. 12.21. Блок **T833** задает автоматическую смену фона обложки на заданные вами изображения

Вопросы для самопроверки

- ◆ Что чаще используется на сайтах — Basic Animation или Step-by-step Animation?
- ◆ Эффекты **flash** (вспышка), **ripple** (волна) и **light** (свет) — инструменты Basic Animation или Step-by-step Animation?
- ◆ Всегда ли кнопки **Play Element** и **Play All** работают в режиме редактирования?
- ◆ В чем суть опций **Start Trigger** и **Trigger Offset**?

Задание

Нарисуйте в Zero Block графический примитив (прямоугольник или эллипс) и за-
циклите его движение на экране ПК вверх и вниз.



ГЛАВА 13

Регистрация домена и подключение его к Tilda

В этой главе мы рассмотрим следующие вопросы:

- ◆ что такое «домен» (простыми словами)?
- ◆ где и как домен зарегистрировать?
- ◆ как «прикрутить» домен к сайту?

НОВЫЙ ТЕРМИН

Домен — это адрес сайта, по которому сайт можно найти в сети. Адрес сайта вы видите в браузере. Домены продают компании-регистраторы доменов — такие, например, как **REG.RU** и др. Примерная стоимость домена в зоне **.ru** — 200 рублей в год. Можно дать и другое определение домена: домен — это зарегистрированное в сети имя сайта, набрав которое в строке поиска или ввода интернет-адреса (URL), можно перейти на необходимый ресурс (сайт).

Не путайте термины «домен» и «сайт». Сайт — это некий набор файлов на компьютере (сервере), а домен (попросту говоря) — это адрес, по которому ваш сайт расположен в Сети.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Адрес вашего сайта в Интернете называется **IP-адресом**. Например, для поисковой машины Яндекс IP-адрес — **87.250.250.11**. Но, служба доменных имен (DNS) переводит эти цифры в понятное человеку доменное имя — **yandex.ru** (см. пояснение чуть далее).

НОВЫЙ ТЕРМИН

Субдомен — это уже не сам сайт, а его раздел. Это как каталог и подкаталог. Например, если домен выглядит так: **tilda.ws**, а субдомен так: **ivan.tilda.ws**, то это означает, что внутри сайта **tilda.ws** будет раздел про некоего Ивана.

Как правило, любой профессиональный веб-разработчик имеет свой (и не один) домен, а также — хостинг.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Хостинг (простыми словами) — место для «проживания» вашего сайта в Сети. Хостингом также называется услуга в Интернете по предоставлению вам сервера для размещения на нем вашей информации в виде сайта. Организации, которые предоставляют эти услуги, называются **хостинг-провайдерами**. Для организации хостинга используются мощные компьютеры (серверы) с жесткими дисками больших объемов, которые имеют круглосуточный доступ в Интернет.

Почему владельцу сайта нужно регистрировать домен на свое имя?

При регистрации домена следует указывать свои реальные паспортные данные (фактическую информацию о владельце сайта), а не выдумывать виртуального Ивана Ивановича Иванова с вымышленными данными о себе. Причин тому несколько:

- ◆ чтобы закрепить свое авторское право на сайт (домен);
- ◆ если вами вдруг будет утерян доступ к сайту (домену), то для его восстановления потребуется сканированная копия вашего паспорта;
- ◆ при фактической регистрации у вас появляется возможность передачи прав администрирования домена другому лицу;
- ◆ при возникновении конфликтных ситуаций и проблем вы можете обращаться к регистратору, чтобы доказать свое право на владение доменом.

Для подключения вашего домена к Tilda нужно:

1. Купить домен у регистраторов.
2. На сайте регистратора указать ссылку на Tilda.
3. В настройках сайта на Tilda указать домен и опубликовать все страницы сайта.
4. Подождать (до 24 ч).

Давайте далее рассмотрим этот алгоритм детально. Наша цель будет состоять в том, чтобы перенести на собственный домен сайт, созданный нами на домене Tilda:

- ◆ старый адрес сайта (сайт на домене Tilda): <http://art-www.tilda.ws>.
- ◆ новый адрес сайта (тот же сайт, но на нашем домене): <https://kurs12345.ru>.

Покупка (регистрация) домена

Рассмотрим ваши действия на сайте регистратора домена. Их множество: **REG.RU**, **RU-CENTER**, **Godaddy**, **2domains** и др. Мы выбрали продавца доменов **REG.RU**.

ПОЯСНЕНИЕ

REG.RU — российский регистратор доменных имен и хостинг-провайдер, аккредитованный регистратор в доменах **.ru** и **.рф**. На сегодня эта компания обслуживает более 3-х миллионов доменов и предоставляет хостинг для более чем 400 тысяч доменных имен.

ПРИМЕЧАНИЕ

То, что мы выбрали **REG.RU**, — не принципиально, так как все действия, описанные нами для этого регистратора, вы, по аналогии, можете выполнить и для других регистраторов.

Итак, заходим на сайт <https://www.reg.ru/> и регистрируемся (рис. 13.1).

После регистрации войдите в **Личный кабинет** и нажмите на кнопку **Заказать** (рис. 13.2).

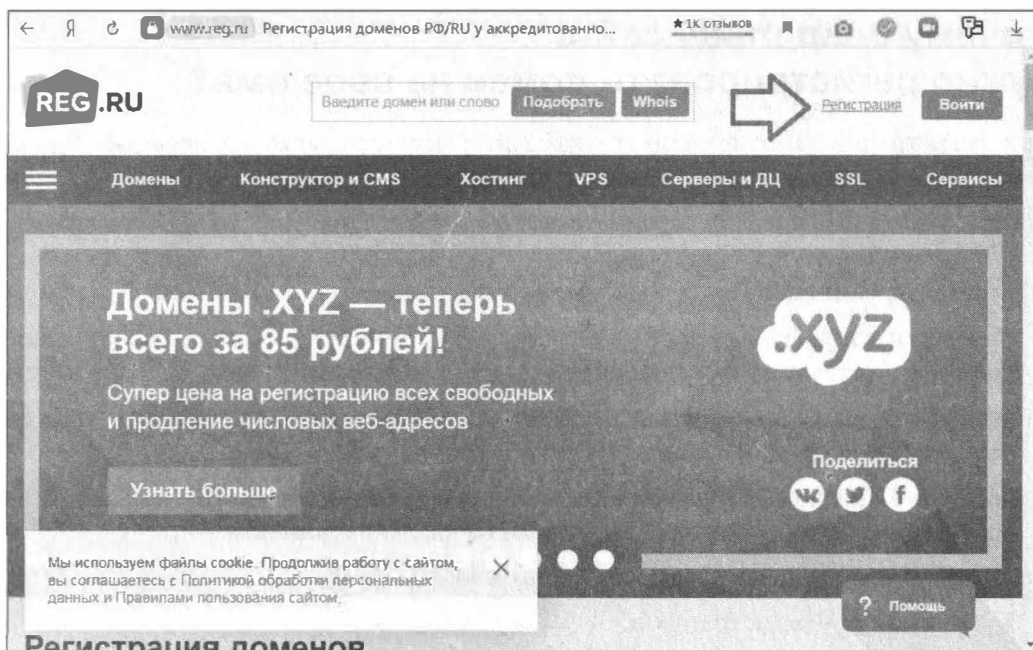


Рис. 13.1. Сайт REG.RU

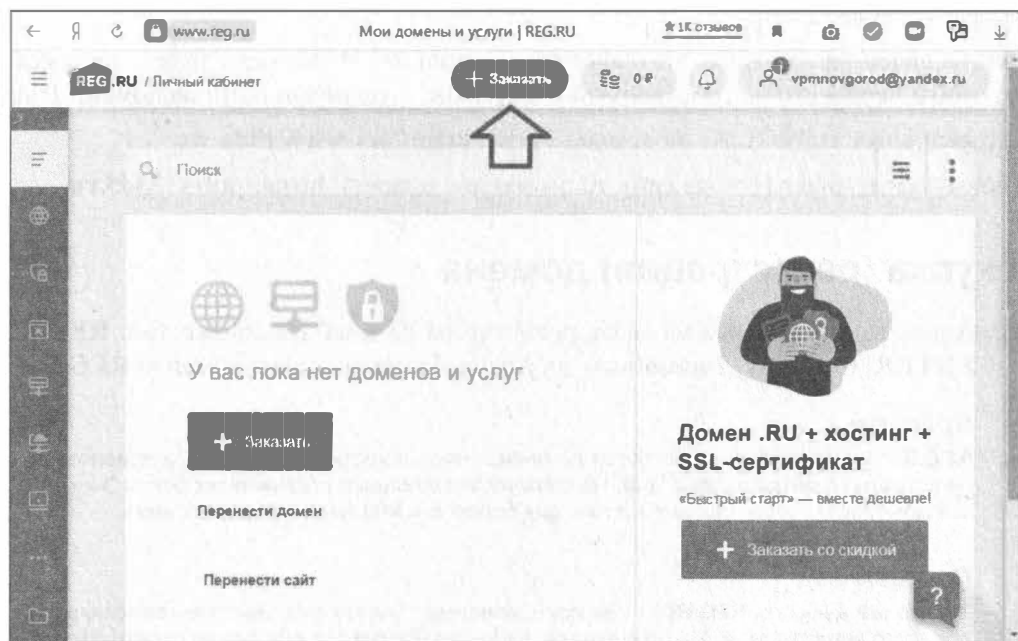


Рис. 13.2. Личный кабинет пользователя

Теперь ищем и находим свободный домен (рис. 13.3) — то есть проверяем, свободен ли домен **kurs12345.ru**. Затем нажимаем на кнопку **Перейти к заказу**.

Search: Подобрать

kurs12345.ru <small>Домен занят</small>	199 Р	✓
kurs12345.online <small>Домен свободен Вместе с .RU за 1 Р</small>	287 1 Р	+

Домены по вашему запросу
Это подборка доменов, похожих на те, что вы искали. Мы составили её на основе предложений из других зон и созвучных адресов.

kurs12345.ru.com <small>Корпоратив</small>	149 Р	+
kurs12345.store	689 599 Р	+
kurs12345.pw	384 349 Р	+
kurs12345.tech	689 599 Р	+
kurs12345.info	359 299 Р	+
kurs12345.space	143 119 Р	+

Итого: 199 Р ➔ Перейти к заказу ➔

Рис. 13.3. Находим свободный (никем не занятый) домен

Search: Подобрать

учеба.ru
К сожалению это имя уже занято, [посмотреть варианты](#)

kurs12345.ru
Регистрация на 1 год **199 Р**

Эконом
Платите сервисом для доменов в заказе платите по выгодной цене

+ 199 Р ☐

- ☒ Premium DNS 400 Р
- ☒ Экстренное оповещение 200 Р
- ☒ SSL-сертификат 6 000 Р
- ☒ Автопродление

+ Хостинг
2 месяца хостинга в подарок при заказе вместе с доменом

+ Конструктор сайтов Есть бесплатный тариф

Итого: 199 Р 🛒 📍 Оплатить

Рис. 13.4. Окно для заказа домена и хостинга

В открывшемся окне (рис. 13.4) вместе с заказом нам предлагают купить хостинг. Но хостинг нам не нужен, так как его нам предоставляет Tilda.

Нажимаем на кнопку **Оплатить** и в открывшемся окне (рис. 13.5) выбираем вариант **Яндекс.Деньги**. Впрочем, вы можете выбрать и другой вариант оплаты домена. Оплачиваем домен (рис. 13.6).



Рис. 13.5. Выбираем способ оплаты за домен



Рис. 13.6. Платеж за домен выполнен

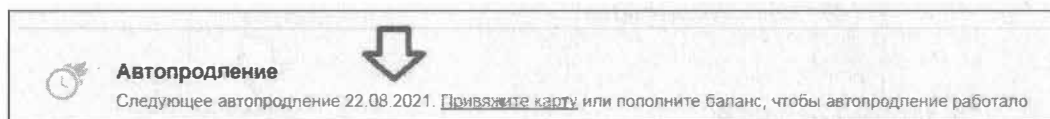


Рис. 13.7. Чтобы автопродление работало, нужно привязать к REG.RU платежную карту

Домены продаются на год. Если вам нужен домен на больший срок — воспользуйтесь автопродлением платежа (рис. 13.7).

После оплаты домена необходимо подождать (до 3 часов) пока **REG.RU** зарегистрирует оплаченный вами домен (рис. 13.8).



Рис. 13.8. Обновление данных домена

Когда регистратор завершит обновления данных домена, снова заходим на <https://www.reg.ru/> и переходим в раздел **Мои домены и услуги** (рис. 13.9).

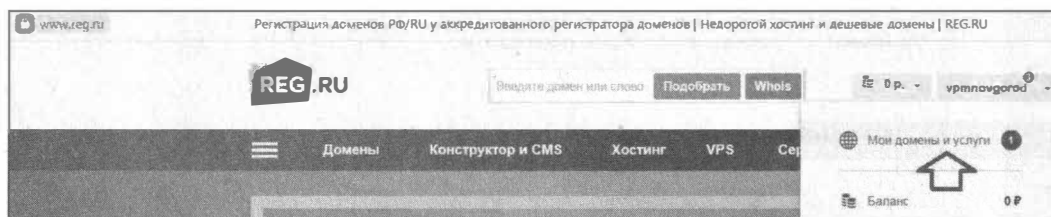


Рис. 13.9. Раздел **Мои домены и услуги**

В открывшемся окне настроек надо для вашего домена прописать DNS-серверы: **ns1.reg.ru** и **ns2.reg.ru**, а затем зайти в **Управление зоной** (рис. 13.10).

ПОЯСНЕНИЕ

Обращаясь к понятию *DNS-серверы*, надо иметь в виду, что в Интернете в 80-х годах прошлого века была создана служба доменных имен DNS (Domain Name System). Смысл ее в том, что каждому цифровому IP-адресу присваивается понятное человеку осмысленное доменное имя. И когда вы вводите в браузере такое доменное имя, серверы DNS преобразуют его в IP-адрес. Например, домен **reg.ru** соответствует IP-адресу сервера **194.58.116.30**. Точно так же для поисковой машины Яндекс IP-адрес — это **87.250.250.11**, а ее доменное имя — **yandex.ru**. Процедуру выполнения соответствия (отождествления) между IP-адресом и доменным именем как раз и выполняют DNS-серверы.

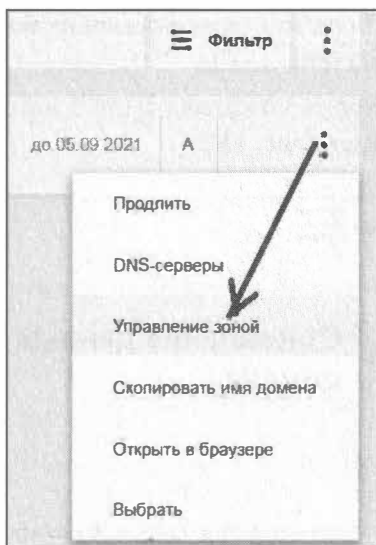


Рис. 13.10. Переходим в режим Управление зоной

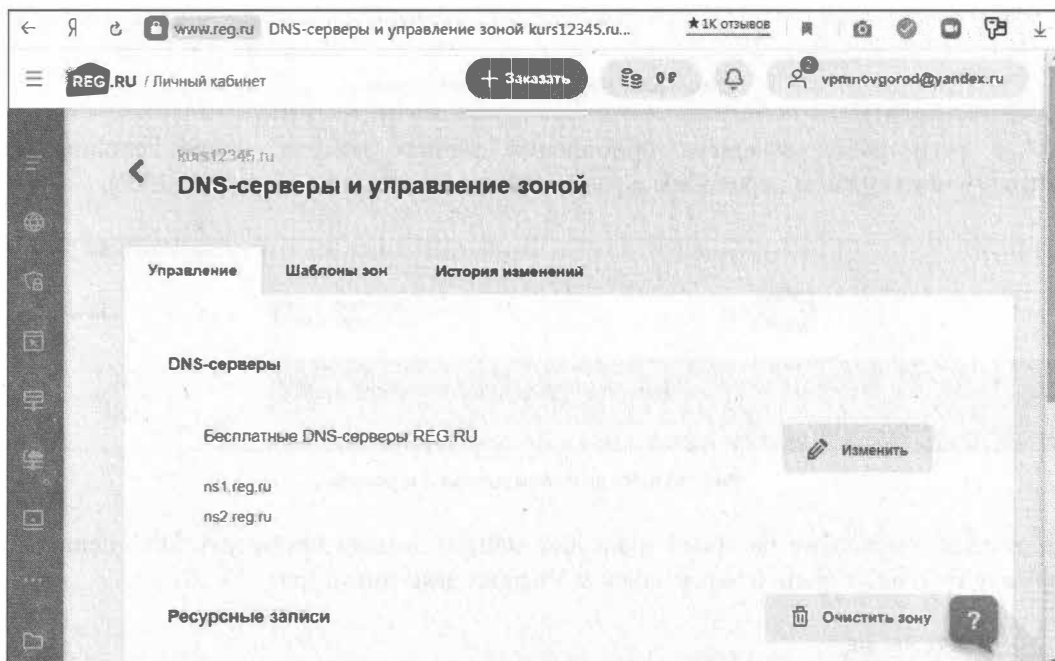


Рис. 13.11. В окне DNS-серверы и управление зоной активна вкладка Управление

НОВЫЙ ТЕРМИН

Чтобы понять, что такое **Управление зоной**, мы поясним термин *зона домена*. Доменная зона — это совокупность всех доменов, которые относятся к одному уровню. Национальные зоны (домены верхнего уровня) для России: **.ru**, **.su** и **.рф.**, для Германии — **.de**, для Великобритании — **.uk**. В качестве примера рассмотрим четырехуровневый домен

ivan.pskov.site.ru. Начнем слева направо: **ivan** — домен четвертого уровня, **pskov** — домен третьего уровня, **site** — домен второго уровня, а **ru** — доменное имя первого уровня (доменная зона). Совокупность всех этих уровней составляет полное доменное имя — уникальный (неповторимый) адрес сайта в сети. Иными словами, домены имеют уровни вложенности, как каталоги и подкаталоги на ПК. Так что здесь: **.ru** — верхний уровень (показатель зоны принадлежности сайта), **site.ru** — второй уровень (одно название + зона), **pskov.site.ru** — третий уровень (название + точка + название + зона), **ivan.pskov.site.ru** — четвертый уровень (название + точка + название + точка + название + зона).

Как уже указывалось ранее, для нашего домена 2-го уровня **kurs12345.ru** необходимо прописать DNS-серверы: **ns1.reg.ru** и **ns2.reg.ru**. После этих настроек вкладка **Управление** окна **DNS-серверы и управление зоной** будет выглядеть, как показано на рис. 13.11.

Итак, все, что необходимо выполнить у регистратора, мы выполнили. Домен куплен, службы DNS для него настроены. Далее будем работать и с регистратором, и с Tilda.

Подключение домена на REG.RU к Tilda

Чтобы подключить домен на REG.RU к Tilda, нам необходимо указать на сайте регистратора ссылку на Tilda. Для этого в зоне управления DNS нужно добавить А-запись и прописать для нее значение IP-адреса **185.165.123.36**. Но об этом подробно будет рассказано чуть позже, а сейчас нам надо приобрести на Tilda персональный месячный тариф (Tilda Personal) за 750 руб. (рис. 13.12).

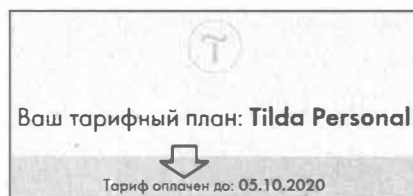


Рис. 13.12. Месячный тариф оплачен

Зачем это нужно, ведь на Tilda две недели можно работать бесплатно? А дело в том, что на бесплатном тарифе есть ряд ограничений:

- ◆ нет возможности подключить свой домен;
- ◆ максимальное количество страниц на сайте: 50;
- ◆ полноценно не работают сервисы приема данных из форм (заявки хранятся во внутренней системе ограниченное время);
- ◆ доступ к Библиотеке блоков ограничен (не все блоки доступны);
- ◆ нельзя добавить HTML-код в блок **T123** из категории **Другое**;
- ◆ нет возможности подключить **Яндекс.Метрику** и **Аналитику Google**, то есть создать в Yandex и Google работающие счетчики;
- ◆ нет возможности редактировать содержимое тега **Head** (Заголовок);

- ◆ нет доступа к панели веб-мастера;
- ◆ платежные сервисы недоступны (работают неполноценно).

Вот теперь настало время добавить две А-записи с IP-адресом сервера Tilda. Иначе говоря, чтобы добавить свой домен к сайту на Tilda, нужно создать в настройках DNS-записей у регистратора **REG.RU**:

- ◆ запись типа А со значением @, которая бы указывала на IP-адрес 185.165.123.36;
- ◆ запись типа А со значением www, которая бы указывала на IP-адрес 185.165.123.36.

Для выполнения этих действий авторизуйтесь на сайте **REG.RU**, перейдите в раздел **Мои домены и услуги** и нажмите мышью на домен, который нужно привязать к Tilda (рис. 13.13), — откроется окно управления доменом (рис. 13.14). Нажмите в нем в разделе **DNS-серверы и управление зоной** на кнопку **Изменить**, затем на кнопку **Добавить запись**, выберите тип записи — **А** и пропишите две А-записи для домена с IP-адресом Tilda (табл. 13.1). Результат на сайте **REG.RU** выглядит, как показано на рис. 13.15.

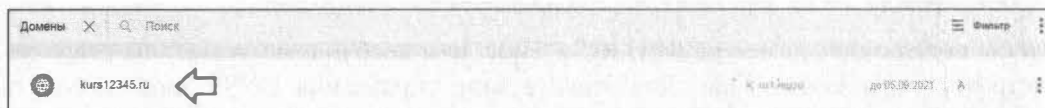


Рис. 13.13. Нажмите на домен мышью

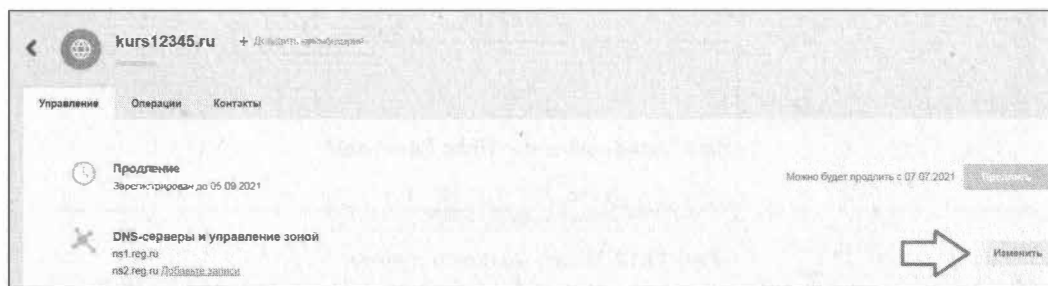


Рис. 13.14. Окно управления доменом

Таблица 13.1. Создание записи типа А

Subdomain	IP Address
@	185.165.123.36
www	185.165.123.36

ПОЯСНЕНИЕ

Если требуется, чтобы по адресу **www.kurs12345.ru** был доступен ваш веб-сайт и IP-адрес веб-сервера: 185.165.123.36, то в поле **Subdomain** пишем **www**, а в поле **IP Address** — **185.165.123.36**. Вы должны сделать две А-записи: одну вида — Subdomain @ IP Address 185.165.123.36, а вторую — Subdomain www IP Address 185.165.123.36.

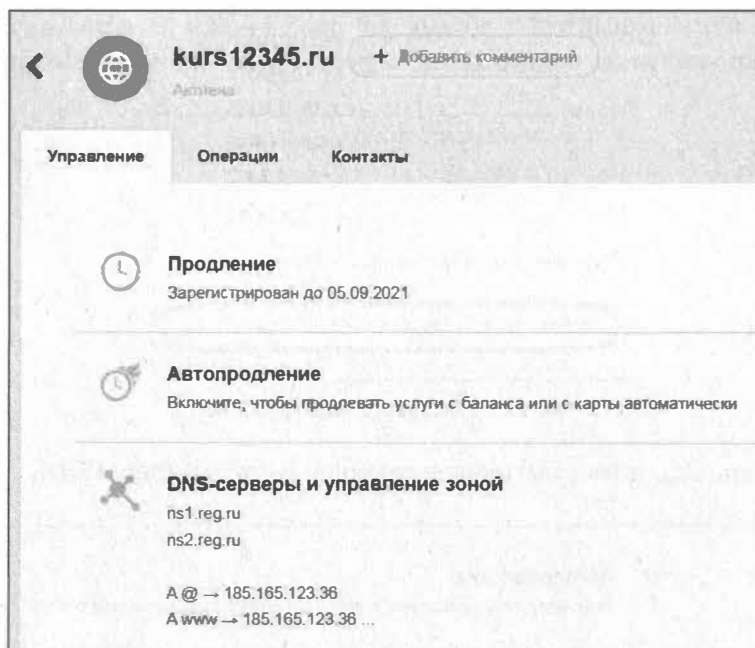


Рис. 13.15. На сайте REG.RU созданы две записи типа A

Нажмите на кнопку **Готово**, и ваш домен будет привязан к Tilda, но не мгновенно, — процесс изменений может занять от 3 до 24 часов.

Указание домена в настройках сайта на Tilda

Теперь нам необходимо в настройках сайта на Tilda указать домен, а затем опубликовать все страницы сайта. Для этого выполните команду **Настройки сайта | Домен**, пропишите ваш домен в открывшемся окне **Подключить свой домен** (рис. 13.16) и нажмите на кнопку **Сохранить изменения**.

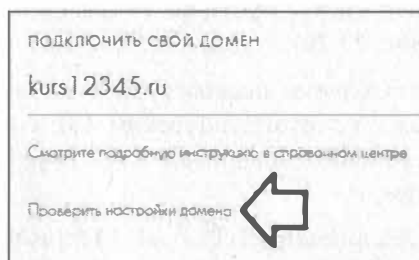


Рис. 13.16. Окно Подключить свой домен

Если в течение 24 часов при проверке настроек домена (см. рис. 13.16) не появится надпись **Да, все хорошо** (рис. 13.17) — значит, вы что-то сделали не так. Ищите

ошибку сами или обращайтесь с возникшей проблемой к регистратору домена. На REG.RU можно получить поддержку по адресу: <https://www.reg.ru/support/>.

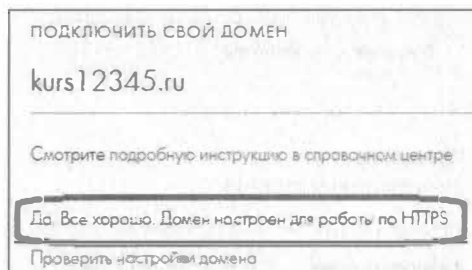


Рис. 13.17. Надпись, когда ошибок нет

Ошибкой, например, может быть такое создание А-записи (рис. 13.18).

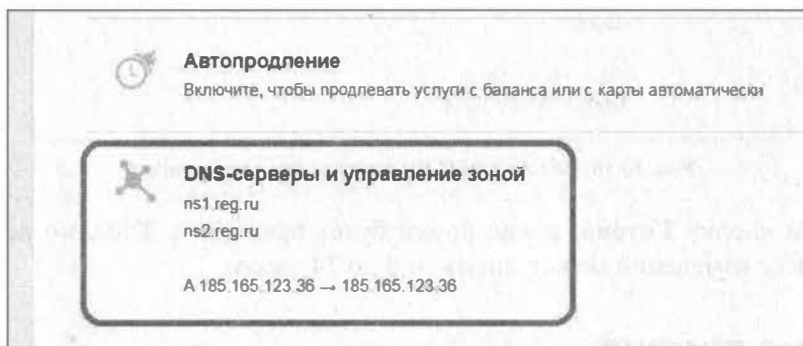


Рис. 13.18. Пример неправильного создания А-записи

Возможные проблемы

Если вы опубликовали свой сайт и получили сообщение, что все страницы на вашем новом домене опубликованы успешно (рис. 13.19), не обольщайтесь. При попытке войти в Сети на домен **kurs12345.ru** вы с большой вероятностью можете получить такое сообщение (рис. 13.20).

Для решения проблемы необходимо перенастроить заново протокол HTTPS (протокол для передачи данных с криптографическим SSL-соединением). А чтобы его настроить, необходимо установить цифровой SSL-сертификат. Рассмотрим решение этой проблемы по шагам.

- ♦ Шаг 1 — отключите переадресацию HTTP→HTTPS и WWW→без WWW.

Для этого выполните команду **Настройки сайта | SEO | Редиректы для www и https** (рис. 13.21). В открывшемся окне **Настройка редиректов** установите значения по умолчанию, результат сохраните и перепубликуйте все страницы вашего сайта (рис. 13.22).



Рис. 13.19. Страницы сайта успешно опубликованы

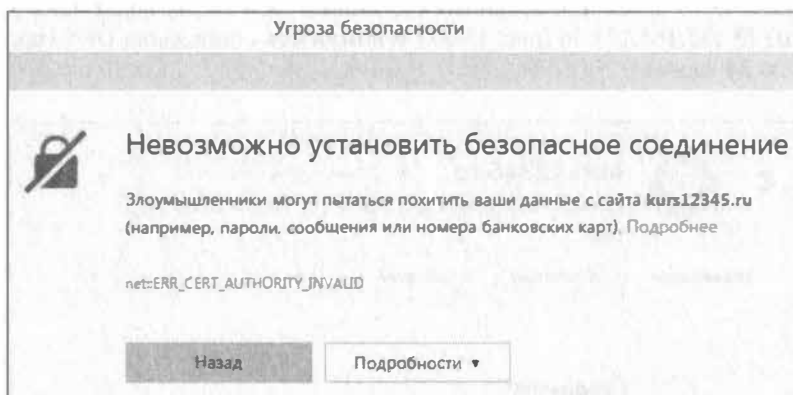


Рис. 13.20. Проблема...

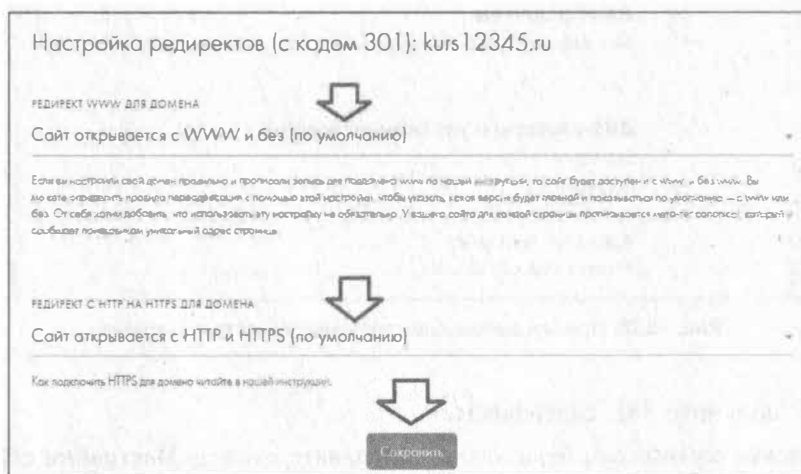


Рис. 13.21. Окно Настройка редиректов



Рис. 13.22. Команда **Опубликовать все страницы**

♦ Шаг 2 — проверьте настройки DNS у регистратора.

В настройках DNS проверьте правильность записи типа A для поддомена **www**, указывающую на IP 185.165.123.36 (рис. 13.23), и дождитесь обновления DNS (процесс может занимать до 24 часов).

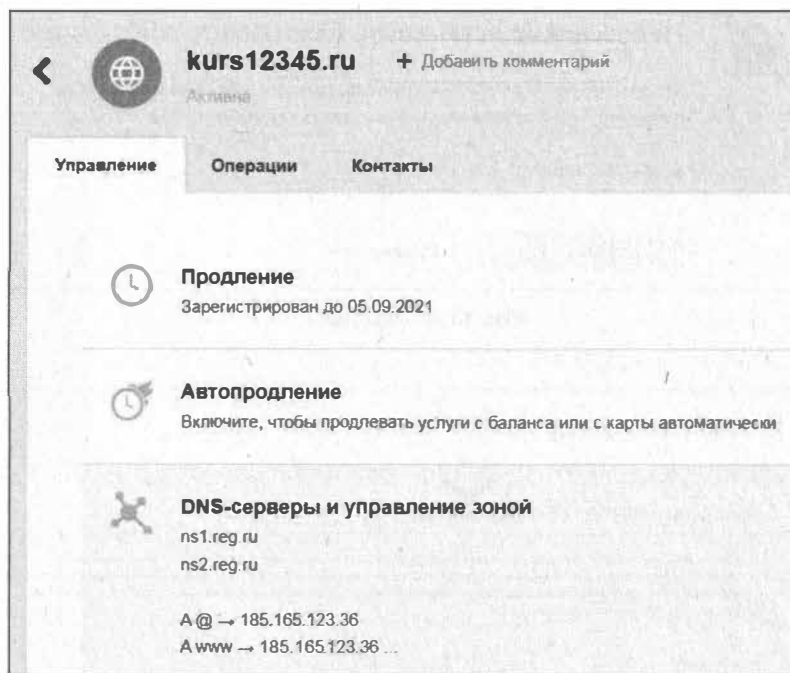


Рис. 13.23. Пример выполнения правильных настроек домена

♦ Шаг 3 — получите SSL-сертификат.

Для установки сертификата безопасности выполните команду **Настройки сайта | SEO | Настройка HTTPS**, включите протокол **HTTPS** (рис. 13.24) и дождитесь его подключения (рис. 13.25).

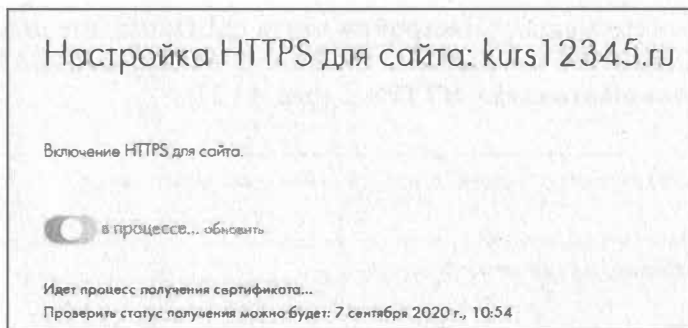


Рис. 13.24. Идет процесс получения сертификата для сайта

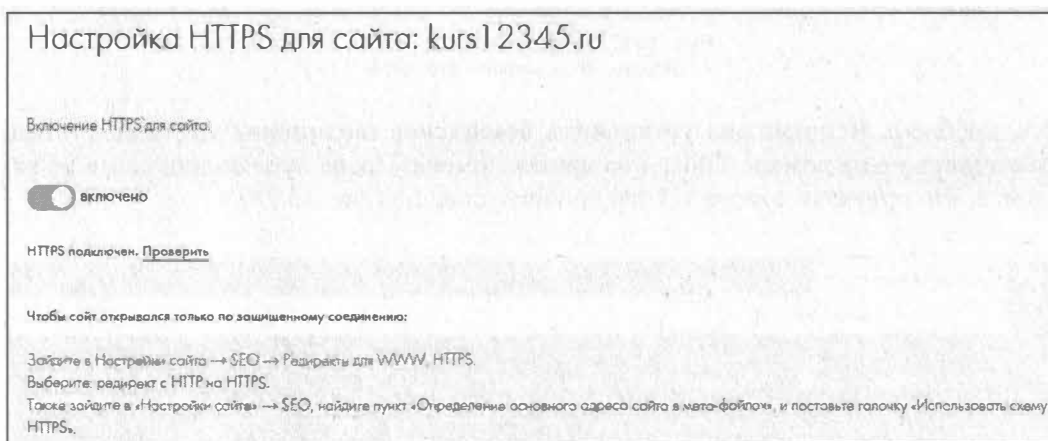


Рис. 13.25. HTTPS подключен

◆ Шаг 4 — настройте переадресацию с HTTP на HTTPS.

Чтобы наш сайт открывался только по защищенному сертификатом соединению, выполните команду **Настройки сайта | SEO | Редиректы для WWW, HTTPS** и выберите **Редирект с HTTP на HTTPS** (рис. 13.26).

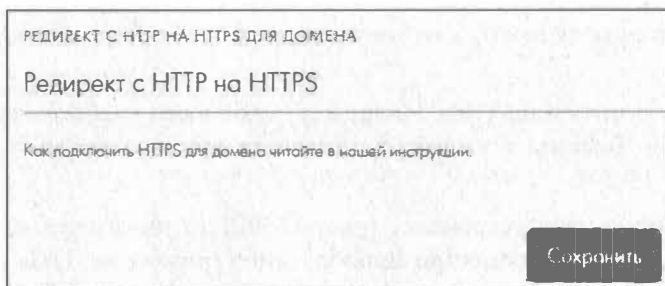


Рис. 13.26. Окно Редирект с HTTP на HTTPS для домена

Теперь выполните команду **Настройки сайта | SEO**, найдите строку **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНОГО АДРЕСА САЙТА В МЕТА-ФАЙЛАХ** и поставьте флажок **Использовать схему HTTPS...** (рис. 13.27).

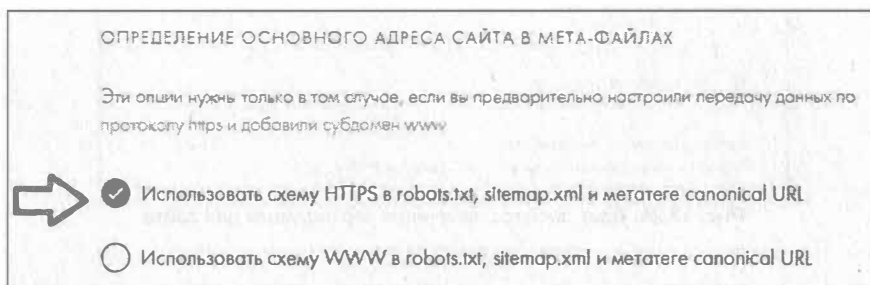


Рис. 13.27. Устанавливаем флажок, показанный на рисунке стрелкой

Все, проблема **Невозможно установить безопасное соединение** устранена, и наш сайт теперь не на домене Tilda, а на нашем домене. После публикации сайта убеждаемся, что привязка домена к Tilda прошла успешно (рис. 13.28).

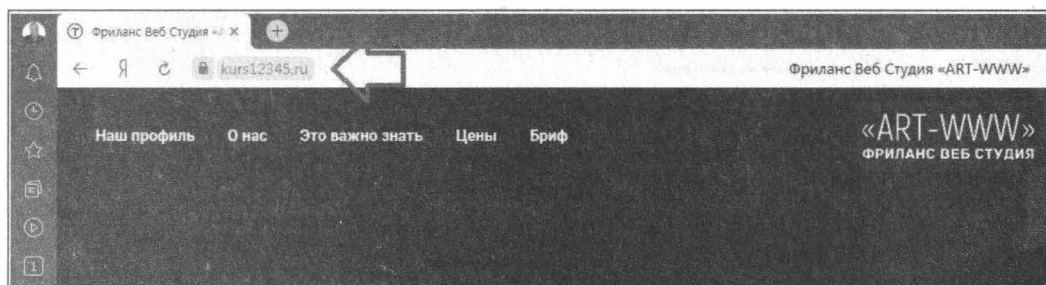


Рис. 13.28. Сайт работает на нашем домене **kurs12345.ru**

Заключение

В заключение два важных дополнения к сказанному:

- ♦ при оплате не помесечного, а годового тарифа на Tilda домен дается в подарок (бесплатно);
- ♦ домен можно купить и на Tilda. Например, для своего учебного курса мы можем зайти в раздел **Домены** и узнать, свободен ли домен с нужным нам названием **123kurs** (рис. 13.29).

Если имя найдено и цена устраивает (рис. 13.30), то нажимаем на кнопку **Оплатить...** (рис. 13.31). Преимущество приобретения домена на Tilda в том, что проблем с его настройкой не будет — он сразу будет подключен к Tilda и начнет работать. Более подробную информацию о покупке домена на Tilda можно подчерпнуть здесь: <http://help-ru.tilda.ws/domain/>.

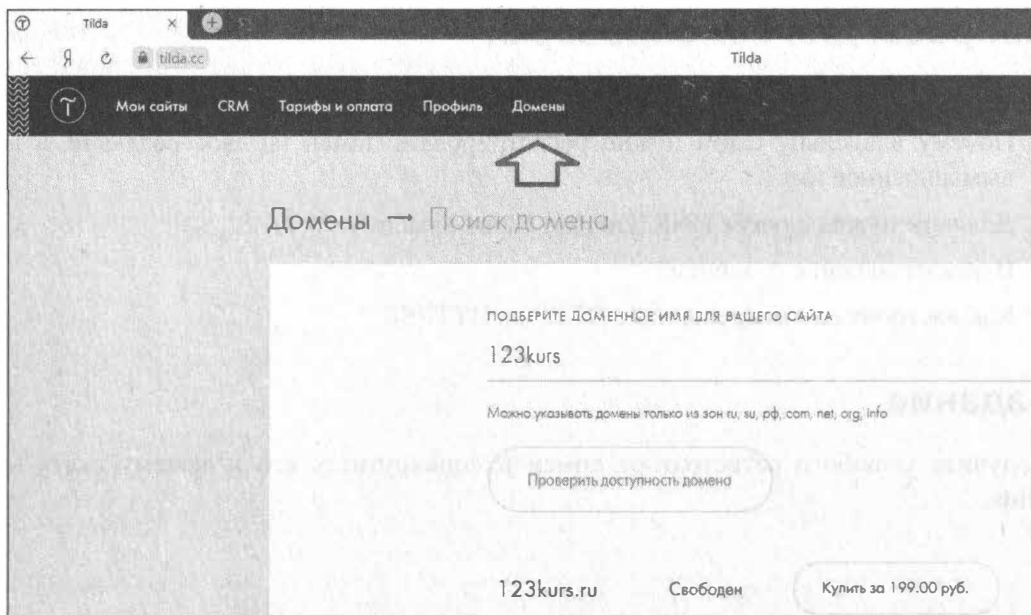


Рис. 13.29. Окно для подбора доменного имени для сайта на Tilda

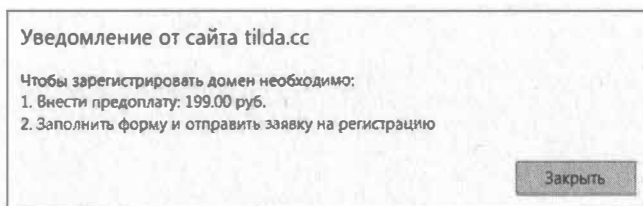


Рис. 13.30. Уведомление от сайта tilda.cc

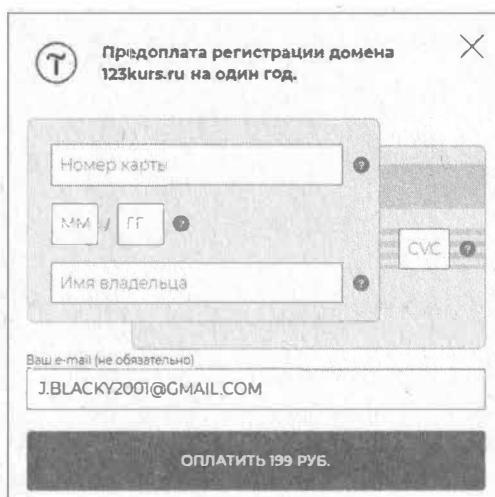


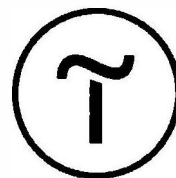
Рис. 13.31. Приобретение домена на Tilda

Вопросы для самопроверки

- ◆ Дайте определение терминам «домен», «субдомен» и «хостинг».
- ◆ Почему владельцу сайта нужно регистрировать домен на свое реальное, а не вымышленное имя?
- ◆ Для чего нужна служба DNS (Domain Name System)?
- ◆ В чем назначение А-записи?
- ◆ Как настроить переадресацию с HTTP на HTTPS?

Задание

Получите у любого регистратора домен и «прикрутите» его к вашему сайту на Tilda.



ГЛАВА 14

Шрифты на Tilda

Эту главу можно было бы также назвать «О правилах шрифтового дизайна», поскольку здесь мы коснемся таких тем, как «Шрифт», «Дизайн шрифтовой композиции». Дело в том, что основу любой публикации, будь то сайт, прайс-лист или газета, составляет некий текст, который несет в себе информацию для читающего. Использование шрифтов определенного типа помогает лучше донести эту информацию до ее потребителя. Искусство шрифтового дизайна (Type design) — это как божий дар: кому-то дано, а кому-то — нет. Поэтому ограничимся в этой главе лишь некоторыми замечаниями и полезными советами (более подробно о шрифтах рассказано в *главе 20*).

Шрифт и текст

Шрифты в Tilda задаются в настройках сайта, и следовательно, все их параметры будут применяться ко всем его страницам. Это обстоятельство поддерживает единый стиль страниц сайта. Выполните команду **Еще | Шрифты** или перейдите по ссылке **Шрифты** в панели управления сайтом (рис. 14.1) — откроется вкладка **Шрифты и цвета** (рис. 14.2), где можно задать нужные вам шрифты и их цвет.

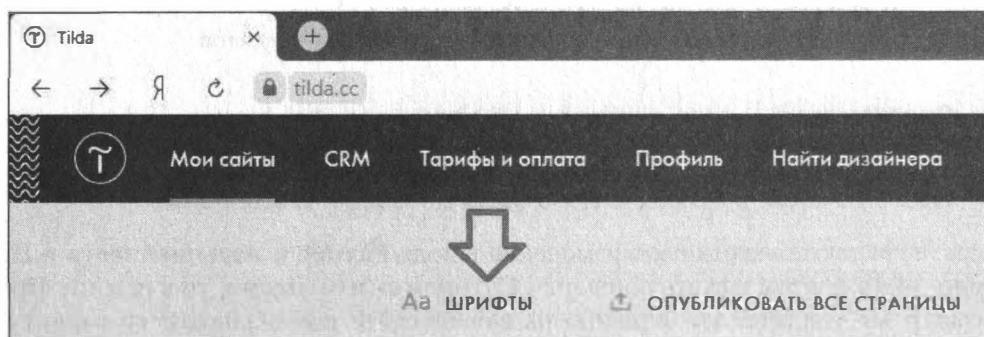


Рис. 14.1. Ссылка **Шрифты** в панели управления сайтом

Давайте, например, войдем в **Расширенные настройки** и выберем шрифт **Ubuntu** для заголовков и шрифт **Montserrat** для больших текстов (рис. 14.3).



Рис. 14.2. В настройках сайта активна вкладка Шрифты и цвета

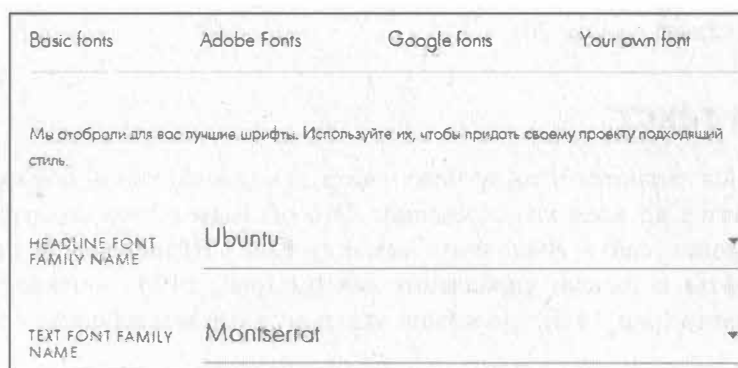


Рис. 14.3. Выбираем шрифтовую пару: Ubuntu и Montserrat

СОВЕТ

С точки зрения хорошего дизайна, на сайте не должно быть более 2–3 шрифтов из разных гарнитур. Это хорошо еще и потому, что каждый дополнительный шрифт увеличивает «вес» страниц сайта и, соответственно, время его загрузки пользователем.

Теперь, если также внести свои изменения в поля **Размер и насыщенность** и **Цвета** (рис. 14.4), а затем нажать на кнопку **Сохранить изменения**, то в режиме **Предпросмотр** вы увидите, что шрифты на вашем сайте поменялись и по гарнитуре, и по цвету.

Поясним параметры окна, показанного на рис. 14.4:

- ◆ **Headline font color** — цвет заголовка;
- ◆ **Link color** — цвет ссылок;

- ◆ **Text font color** — цвет текста;
- ◆ **Background color** — цвет фона.

The image shows a settings panel for a Tilda website. It is divided into two main sections: 'Размер и насыщенность' (Size and Saturation) and 'Цвета' (Colors).

Размер и насыщенность

- TEXT FONT WEIGHT: Normal
- TEXT FONT SIZE: 20px
- HEADLINE FONT WEIGHT: Normal

Цвета

- HEADLINE FONT COLOR: #361aeb (with a solid black color swatch)
- TEXT FONT COLOR: #000000 (with a checkerboard pattern swatch)
- LINK COLOR: #f00000 (with a checkerboard pattern swatch)
- BACKGROUND COLOR: #d7d8e3 (with a solid black color swatch)

Рис. 14.4. Области настроек для всех страниц сайта

А на рис. Ц-14.5 приведен пример задания **Headline font color** (красный #eb1a52) и **Text font color** (синий #3a17e8) на сером фоне (**Background color**).



Рис. Ц-14.5. Пример выполнения настроек в поле **Цвета**

СОВЕТ

Размер шрифта зависит от объема набранного им текста. Если текста мало, то имеет смысл сделать его крупнее. По умолчанию в настройках Tilda шрифт текста имеет кегль 20 рх. Если текста много, то стоит его кегль уменьшить — так он будет легче читаться, и страница станет более презентабельной.

В окне **Размер и насыщенность** мы также сталкиваемся с новым понятием «насыщенность шрифта».

НОВЫЙ ТЕРМИН

Насыщенность шрифта — это, попросту говоря, толщина букв нашего текста. То есть это степень изменения толщины букв в рамках одной гарнитуры (семейства) шрифта. Tilda поддерживает пять градаций насыщенности шрифта: **light** (очень тонкие буквы), **normal**, **medium**, **semi-bold**, **bold** (жирные буквы). Насыщенностью нужно грамотно пользоваться. Например, толстый (**bold**) текст часто применяют для заголовков.

В режиме **Расширенные настройки** вы можете подключить к сайту на Tilda шрифты:

- ♦ из базового набора (**Basic fonts**) — эти шрифты подключены к страницам вашего сайта по умолчанию;
- ♦ используя сервис от Adobe (**Adobe Fonts**). Вам потребуется регистрация, получение **Typekit ID**, после чего вы сможете использовать на вашем сайте шрифты из коллекции веб-шрифтов **Typekit** (рис. 14.6);

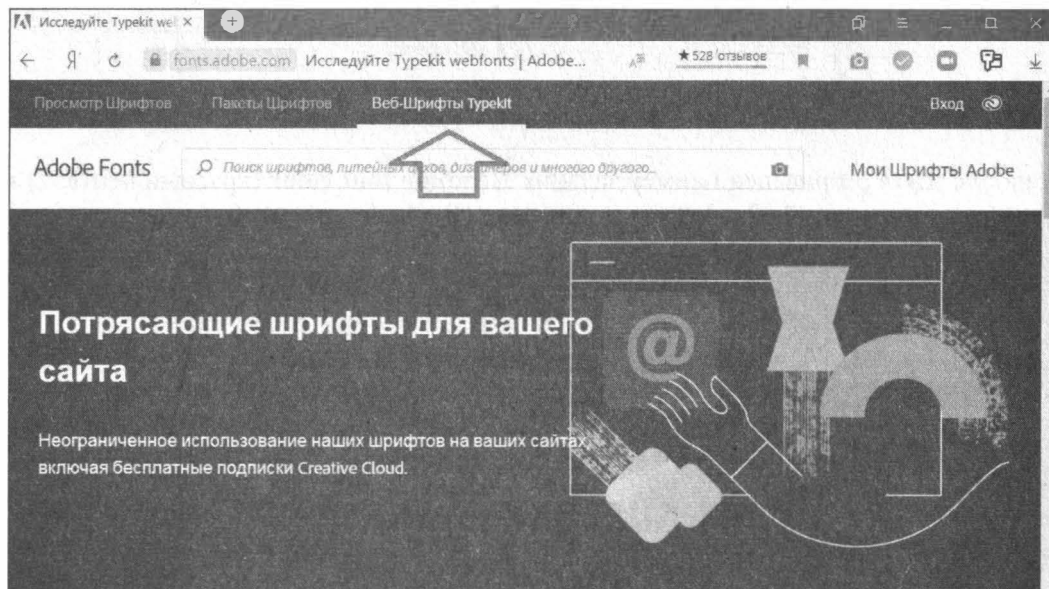


Рис. 14.6. Сайт для регистрации и получения веб-шрифтов **Typekit**

- ♦ от **Google Fonts** — для этого потребуется указать ссылку на внешний CSS-файл Google;

- ◆ из набора файлов шрифтов, имеющихся на вашем ПК (**Your own font**). Для этого нужно или загрузить файлы шрифтов в формате **WOFF** на сервер Tilda, или указать ссылку на CSS-файл с прописанными стилями на своем сервере.

ПОЯСНЕНИЕ

Формат WOFF (Web Open Font Format) — открытый сетевой формат шрифта, разработанный в Mozilla. Файл *.woff — открытый (не зашифрованный, не защищенный) файл, содержащий такой веб-шрифт. Формат WOFF появился в 2010 году с основной задачей хранить и передавать шрифты в сети Интернет. Этот формат представляет собой некий контейнер, использующий алгоритм сжатия, и поддерживает типы шрифтов TrueType (файлы *.ttf) и OpenType (файлы *.otf). Формат WOFF2 — результат развития формата WOFF. Он был создан на базе алгоритма сжатия данных Brotli. Новая версия формата позволяет хранить шрифты в файлах примерно на треть меньших, чем предыдущая версия формата.

Пример. Используем шрифт формата WOFF

ПРИМЕЧАНИЕ

Tilda идет в ногу со временем и поддерживает не только новый шрифтовой формат WOFF, но также и самый новый графический формат WebP — формат сжатия изображений, предложенный компанией Google в 2010 году в качестве альтернативы формату JPG. Файл в этом формате может быть на 80% меньше, чем JPG.

Зайдите на сайт <https://всешрифты.рф/>, найдите нужный вам шрифт (например, **Lobster**) и скачайте его (рис. 14.7). Что приятно: скачивание шрифтов с этого ресурса бесплатно.

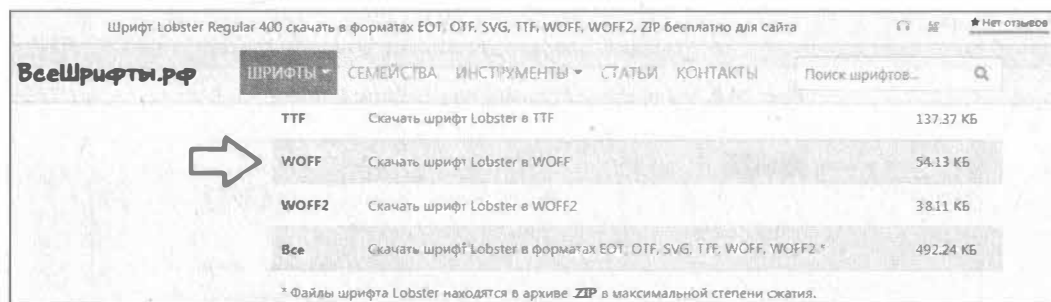


Рис. 14.7. Выбираем формат WOFF

В расширенных настройках выберите вариант **Your own font** (Шрифт из вашего ПК), загрузите файл шрифта **Lobster** в формате **WOFF** на сервер Tilda, укажите его название, назначьте этот шрифт для страниц сайта и нажмите на кнопку **Сохранить** (рис. 14.8). Результат этих действий показан на рис. 14.9.

Как вариант, шрифты можно скачать и на сайте по адресу: <https://www.wfonts.com/category/russian?p=21>. Но, они там, как правило, в формате TTF. Поэтому их нужно конвертировать в формат WOFF, используя сайты-конверторы шрифтов: <https://convertio.co/ru/ttf-woff/> или <https://andrewsun.com/tools/woffer-woff-font-converter/>. Пример использования таких шрифтов приведен на рис. 14.10.

NORMAL lobster.woff 55.4 KB Загрузите файл шрифта в формате .WOFF

FONT NAME lobster

Укажите название шрифта. Например: proxima

☐ Назначить этот шрифт для заголовков

☒ Назначить этот шрифт для текста

Вернуться к настройкам сайта Сохранить

Рис. 14.8. Загружаем шрифт lobster в Tilda

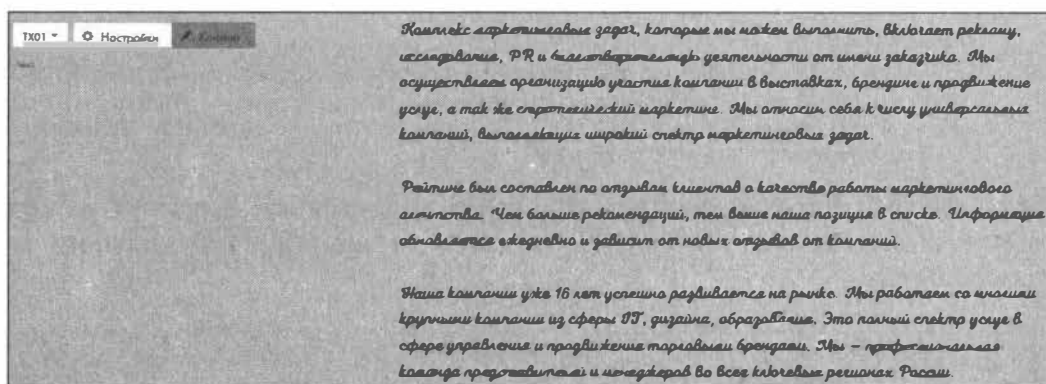


Рис. 14.9. Мы создали страницу со шрифтом Lobster



Рис. 14.10. Пример применения в Tilda нескольких гарнитур шрифтов, загруженных с ПК пользователя

СОВЕТ

Список шрифтов, в которых есть кириллица: Futura, Proxima Nova, Franklin Gothic, Graphik, Museo, Gotham, GT Walsheim, Helvetica Neue, 21 Cent.

Далее мы немного коснемся темы шрифтового дизайна.

«Настроение» шрифтов

Каждый шрифт имеет индивидуальный облик, который делает его в большей или меньшей степени подходящим для той или иной публикации. Так, шрифт **Cyrillic Old** (рис. 14.11) стилизует надпись под старославянские письмена на берестяных грамотах и кого-то может привести на мысли о былинах, богатырях и Андрее Рублеве.



Рис. 14.11. Шрифт Cyrillic Old

Помимо прямого назначения — передачи информации — шрифты, использованные в публикации на веб-страницах, являются элементами дизайна. Возможности создания «настроения» публикации с помощью шрифтов зависят только от вашего творческого чутья. Нужно лишь определить, какое впечатление вы хотите произвести, и выбрать подходящий для этого шрифт (рис. Ц-14.12).



Рис. Ц-14.12. Каждый шрифт имеет свое «настроение», хотя и не всегда его удается уловить

Ошибки шрифтового дизайна и способы их избежать

Рассмотрим несколько шрифтовых ошибок, которые встречаются у начинающих.

В одном проекте не должно быть очень много шрифтов разных стилей

Когда в сайте использовано много различных шрифтовых гарнитур, это раздражает смотрящего, зритель чувствует дискомфорт. Например, совершенно неправильно использовать множество декоративных текстов в одном логотипе или одном баннере. Лучше применить два вида шрифта, из которых один — классический. Рекомендуется создать одну уникальную ключевую надпись или слово (например, броский заголовок), а все остальное выполнить обычным текстом. Броский заголовок, дополняющий основной рисунок или поясняющий возможности и особенности страницы, должен быть кратким, понятным и читаемым. Пример правильного использования шрифтов показан на рис. 14.13. Здесь присутствуют только два разных шрифта. Эффектное оформление приглашения достигается за счет разных размеров и цветов этих шрифтов.



Рис. 14.13. Пример эффективного использования только двух гарнитур

Tilda рекомендует использовать шрифтовые пары — например, рубленый шрифт для заголовков и шрифт с засечками для основного текста. Никита Обухов пишет, что «большое количество разных стилей типографики и оформления на одной странице выглядит непрофессионально и затрудняет восприятие информации». Пример подобной пестроты приведен на рис. 14.14.



Рис. 14.14. Одновременное множество разных шрифтовых гарнитур

Пример удачного исключения из этого правила приведен на рис. 14.15.

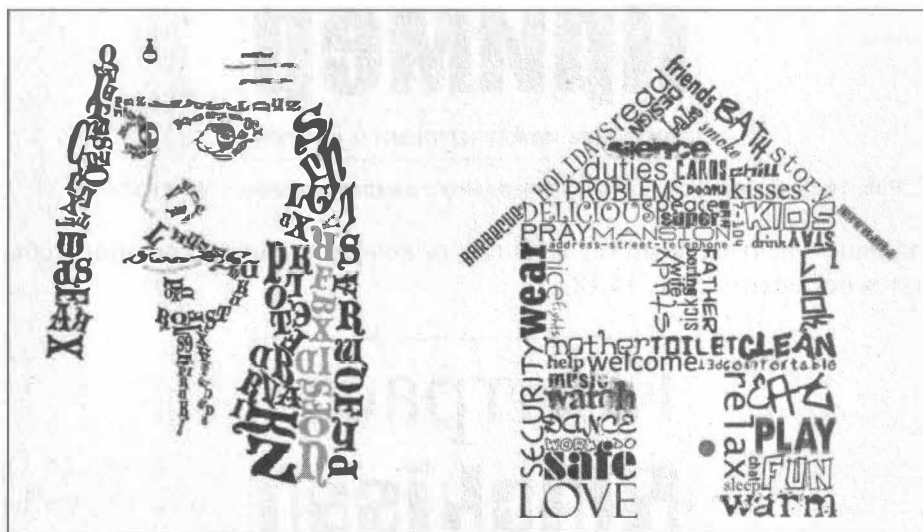


Рис. 14.15. Здесь большое разнообразие шрифтов не является ошибкой

Шрифты должны соответствовать идеям публикаций

Шрифт должен гармонировать с графикой — как, например, показано на рис. 14.16. Так, в сайтах с детской тематикой строгий классический шрифт явится *контрастом* с забавными изображениями детских персонажей. А контраст — это не всегда хорошо (см. далее).



Рис. 14.16. Пример гармоничного (правильного) сочетания изображения и текста

Шрифтовой контраст

Контраст позволяет выделить и гиперболизировать особенности двух и более изображений, предметов, цветов. Белый медведь на белом снегу и черная кошка в темной комнате — это примеры предельно неудачного выбора контраста. Правило правильного контраста заключается в том, чтобы избежать однообразного повтора одинаковых элементов. Контраст привлекает внимание зрителя, организует страницу, придает ей интересный вид. Большой рядом с маленьким, толстый и тонкий (рядом с толстым тонкий кажется еще худее). Этот прием позволяет усилить свойства предмета (рис. 14.17).



Рис. 14.17. Пример правильно организованного контраста шрифтов по их размеру

При излишнем контрасте может возникнуть конфликт, когда сочетание объектов становится неудачным (рис. 14.18).



Рис. 14.18. Пример неудачного контрастного конфликта шрифтов

О цветовой паре «шрифт–фон»

Комбинация «цвет шрифта + цвет фона» очень сильно влияет на то, насколько читабелен шрифт, насколько он четко и разборчиво виден на экране. Первое, что приходит в голову: наилучший вариант по контрасту — это писать черными буквами на белом фоне. Однако у специалистов другое мнение. Ученые считают, что есть цветовые пары более читабельные, чем черный шрифт на белом фоне:

- ◆ черный на желтом;
- ◆ черный на розовом;
- ◆ черный на оранжевом;
- ◆ темно-зеленый на желтом;
- ◆ черный на красном;
- ◆ темно-зеленый на белом.

По мнению специалистов, в рекламе наилучшим цветовым сочетанием по четкости восприятия считается черный шрифт на желтом фоне. С точки зрения физики, желтый и черный цвета представляют собой хроматические противоположности, а контраст яркости между этими двумя цветами составляет 85 процентов (рис. Ц-14.19).



Рис. Ц-14.19. Пример черного шрифта на желтом фоне

Текст на изображении

На темном изображении текст должен быть светлым (рис. Ц-14.20) и наоборот (рис. Ц-14.21). Иначе говоря, сочетание текста и изображения должно быть контрастным.



Рис. Ц-14.20. Белый текст на темном фоне



Рис. Ц-14.21. Черный текст на светлом фоне

Текст закрывает изображение

Текст, закрывающий важные части изображения, это ошибка. Текст не должен портить изображение. Пример неправильной компоновки текста и изображения показан на рис. 14.22.

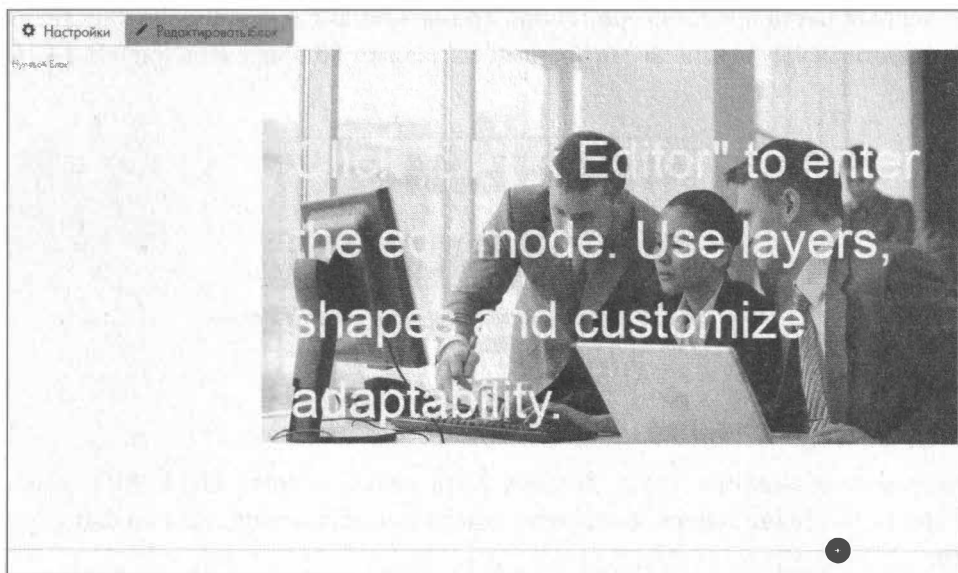


Рис. 14.22. Неудачное сочетание текста и изображения

Длинные заголовки

Очень длинный заголовок читается не как заголовок, а как основной текст. Он «давливает» собой восприятие основного текста на странице. Кроме того, например, поисковая машина Yandex допускает в заголовке не более 15 слов (или 80 символов). Если ваш заголовок будет более длинным, то поисковая машина автоматически обрежет его.

Длинный текст

Сайт — не книга, и современному человеку неудобна бесконечная лента сплошной информации.

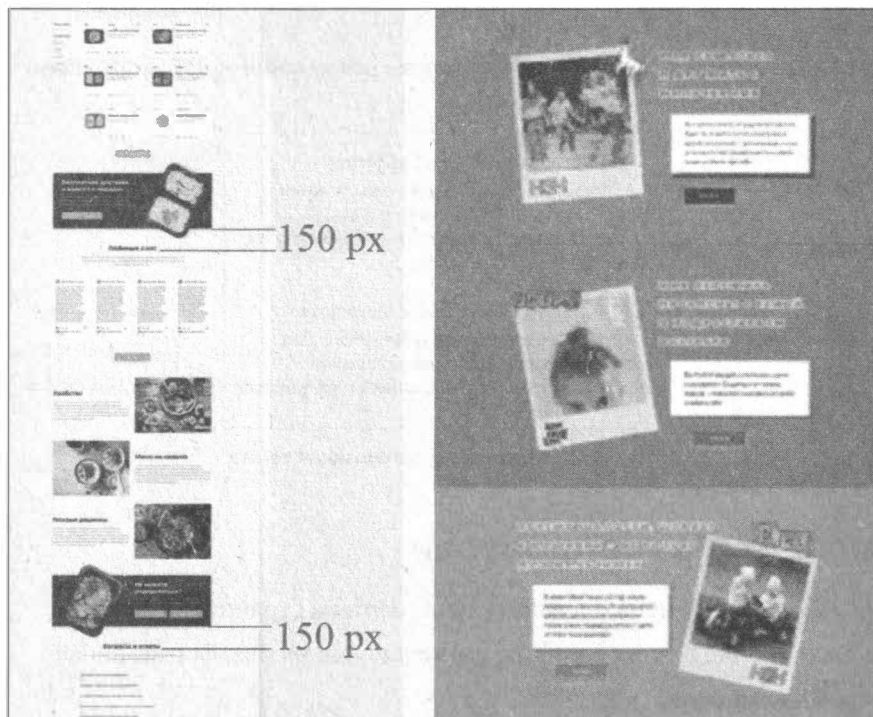


Рис. Ц-14.23. Пример разделения блоков сайта отступами и цветом

Никогда не оформляй текст в виде сплошного массива. Информацию приятнее воспринимать небольшими порциями. Помни о ритме: текст лучше воспринимается, если чередовать длинные с короткими. Некоторые авторы начинают с абзацного отступа **сразу** два-три предложения, а то и каждую фразу. Другие, наоборот, пишут целые строки, ни разу не сделав паузы с помощью абзацного отступа. И в том и в другом случае восприятие текста затрудняется. Правильное деление текста на абзацы облегчает усвоение. Абзацами следует выделить примерно равные и обособленные по смыслу части текста. Редакторы предпочитают абзацы длиной 50–70 слов. Тогда читатель не потеряет основную мысль, которая в абзаце должна быть одна. В каждом абзаце должны содержаться положения, мысли, очень тесно связанные между собой, объединённые чем-то общим. Из справочников. // Соблюдая абзацы, это своего рода авторский знак препинания. Абзац, а точнее абзацный отступ (абзацем называют также часть текста между двумя абзацными отступами), красная строка есть сигнал к своеобразной паузе, организующей чтение. Не расчленённый на абзацы текст труден для чтения и восприятия, для установления логических и смысловых внутритекстовых связей. Аркадий Круцких. // Пауза в поэзии, в музыке — строительный материал формы, двигательный нерв ритма. Мариэтта Шагинян. // В абзацы заключаются законченные и обособленные по смыслу части текста — микротексты, но между ними необходима и определенная смысловая связь. Первые предложения абзацев обычно в известной мере отражают сюжетную канву рассказа. Отсюда практический вывод: если прочтение предложений, начинающих каждый абзац сочинения, даёт краткий пересказ основного его содержания, значит, абзацы выделены правильно. Если абзацы часто начинаются одинаково, это создаст впечатление бедности изложения и свидетельствует о лени и нежелании (или неумении) разнообразить свою речь. Принципы членения текста на абзацы являются более или менее общими для всех языков. Объём абзаца зависит от замысла и стиля изложения, индивидуальности пишущего. Излишнее дробление текста мешает изложению мыслей: а смысловая перегруженность абзацев, переплетение в них нескольких тем приводит к неоправданно усложнённому изложению. Абзацы, состоящие из одного предложения, экспрессивны, особым образом подчёркивают выразительную мысль. Обычно на тетрадной странице бывает два-три абзаца. Аркадий Круцких. // Когда делишь повествование на короткие главы — общая ёмкость определяется ритмом каждого короткого кусочка и в сумме вырастает на порядок по сравнению с беспрерывным потоком. Михаил Веллер.

Рис. 14.24. Текст сам по себе правильный, но организован неправильно

Гораздо приятнее воспринимать текст на сайте (да и любую иную информацию на сайте) блоками, разделенными отступами в 150 пикселей, а также если изменяется цвет фона блоков (рис. Ц-14.23).

Сплошные длинные тексты (рис. 14.24) рекомендуется разбивать на абзацы.

ПРИМЕЧАНИЕ

В этой книге мы следуем правилу делать главы небольшими — так информацию читателю легче усваивать.

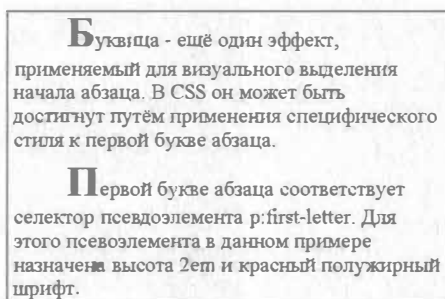


Рис. 14.25. Правильная организация текста

Вопросы для самопроверки

- ◆ Где в Tilda можно изменить гарнитуру шрифта на страницах сайта?
- ◆ Какое расширение имеют шрифты, применяемые на платформе Tilda?
- ◆ Что такое насыщенность шрифта?
- ◆ Сколько градаций насыщенности шрифта имеется в Tilda?
- ◆ Какие правила шрифтового дизайна вам известны?
- ◆ Как вы понимаете термин «шрифтовой контраст»?

Задание

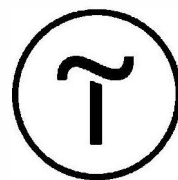
Поиск «настроения» шрифта

В соответствии со своими творческими способностями и возможностями подберите свой вариант шрифта для следующих изображений:

- ◆ животный мир;
- ◆ политика;
- ◆ люди.

Чужие ошибки

Найдите на сайтах в Сети пять ошибок в их шрифтовом дизайне.



ГЛАВА 15

Виджеты: расширяем функциональность Tilda

В Tilda за внешней простотой скрываются огромные возможности, но их можно еще увеличить. В этой главе мы рассмотрим различные полезные *виджеты*, которые можно интегрировать в Tilda через HTML, не зная HTML. Иначе говоря, если в визуальном конструкторе чего-то не хватает, то можно это добавить через вставку HTML-кода. Такая возможность в Tilda есть.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Виджет — элемент на сайте, предназначенный для активного взаимодействия с пользователем. Примером виджета может служить, например, форма для получения контактных данных посетителя вашего сайта.

Далее мы рассмотрим примеры установки на Tilda различных сторонних виджетов.

Используем код, который у нас «под рукой»

Общее правило такое: для подключения стороннего виджета к Tilda вы регистрируетесь на сервисе виджета, получаете код виджета, копируете этот код и вставляете его на свой сайт с помощью блока **T123**.

Предположим, что где-то в Сети вы уже скачали себе код нужного вам виджета. Для дальнейшей работы с этим кодом на Tilda нам потребуется блок **T123 HTML-код** (рис. 15.1).

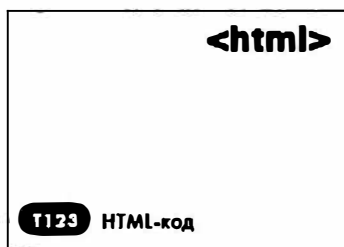


Рис. 15.1. Блок T123 HTML-код

Чтобы добавить этот блок на страницу сайта, выполните команду **Библиотека блоков | Другое | блок T123**. В этом блоке поддерживается код HTML, JavaScript (в коде присутствует тег `<script>`) и CSS (в коде присутствует тег `<style>`). Остается только вставить HTML-код виджета в тело блока.

Пример 1. Добавляем счетчик и строку поиска

Код такого счетчика от **Mail.ru** приведен в листинге 15.1.

Листинг 15.1. Код счетчика от Mail.ru

```
<!-- Rating@Mail.ru counter -->
<script type="text/javascript">
var _tmr = window._tmr || (window._tmr = []);
_tmr.push({id: "2323675", type: "pageView", start: (new Date()).getTime()});
(function (d, w, id) {
if (d.getElementById(id)) return;
var ts = d.createElement("script"); ts.type = "text/javascript"; ts.async =
true; ts.id = id;
ts.src = (d.location.protocol == "https:" ? "https:" : "http:") + "//top-
fwzl.mail.ru/js/code.js";
var f = function () {var s = d.getElementsByTagName("script")[0];
s.parentNode.insertBefore(ts, s);};
if (w.opera == "[object Opera]") { d.addEventListener("DOMContentLoaded", f,
false); } else { f(); }
})(document, window, "topmailru-code");
</script><noscript><div>

</div></noscript>
<!-- //Rating@Mail.ru counter -->
<!-- Rating@Mail.ru logo -->
<a href="http://top.mail.ru/jump?from=2323675">
</a>
<!-- //Rating@Mail.ru logo -->
```

Теперь, по ранее описанному алгоритму, вставляем этот скрипт счетчика от **Mail.ru** в блок **T123** (рис. 15.2) и после публикации страницы наблюдаем результат наших действий (рис. 15.3).

Аналогично счетчику, вы можете установить на страницу код поисковой строки от **Yandex.ru** (листинг 15.2).



Рис. 15.2. Скрипт вставлен в контент страницы и сохранен



Рис. 15.3. Так выглядит код счетчика на странице

Листинг 15.2. Код поисковой строки от Yandex.ru

```
<div class="yandexform" onClick="return {type: 2, logo: 'rb', arrow: true,
webopt: false, websearch: false, bg: '#99CCFF', fg: '#000000', fontsize: 12,
suggest: true, site_suggest: true, encoding: '', language: 'ru'}}"><form
action="http://yandex.ru/sitesearch" method="get"><input type="hidden"
name="searchid" value="1585847"/><input name="text"/><input type="submit"
value="Найти"/></form></div>
<p align="center"><script type="text/javascript"
src="http://site.yandex.net/load/form/1/form.js" charset="utf-8"></script>
```

На сайте эта поисковая строка выглядит, как показано на рис. 15.4.

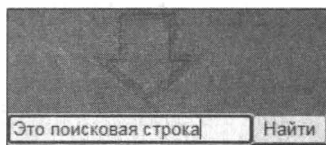


Рис. 15.4. Скрипт поисковой строки Яндекса установлен

Пример 2. Добавляем HTML-код в тег <head> сайта и страницы

Для добавления HTML-кода в тег <head> сайта необходимо выполнить команду **Настройки сайта | Еще | HTML-код для вставки внутрь HEAD | Редактировать код** (рис. 15.5).

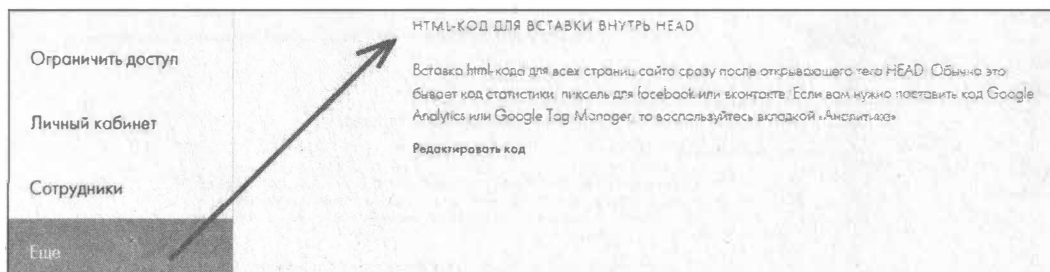


Рис. 15.5. Раздел HTML-код для вставки внутрь HEAD сайта

Чтобы продемонстрировать эту возможность, мы вставим в тег `<head>` сайта код вывода текущей даты и времени (рис. 15.6).

ПРИМЕЧАНИЕ

Контейнер `<head>` содержит информацию для браузеров и поисковых систем. Поэтому вставлять сюда дату и время не совсем логично, но пример наш — учебный, поэтому строго его судить не будем.

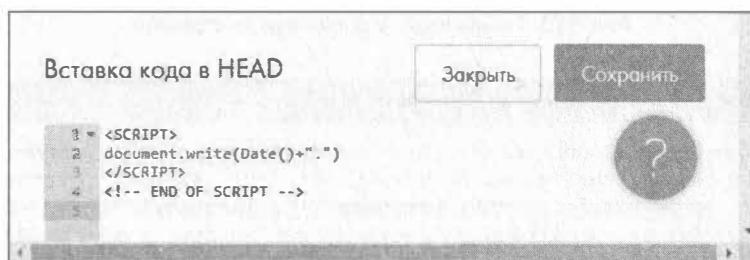


Рис. 15.6. Вставляем скрипт в HEAD

После выполнения команд **Сохранить** и **Публиковать** скрипт начнет работать (рис. 15.7).

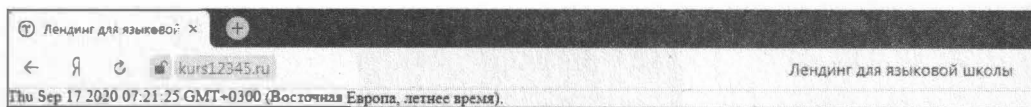
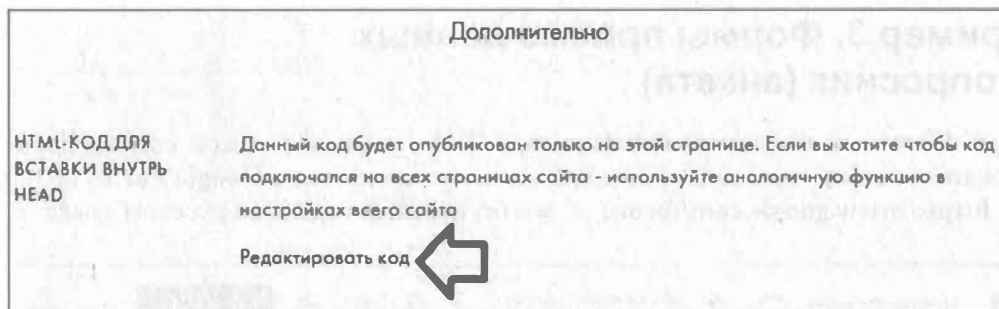
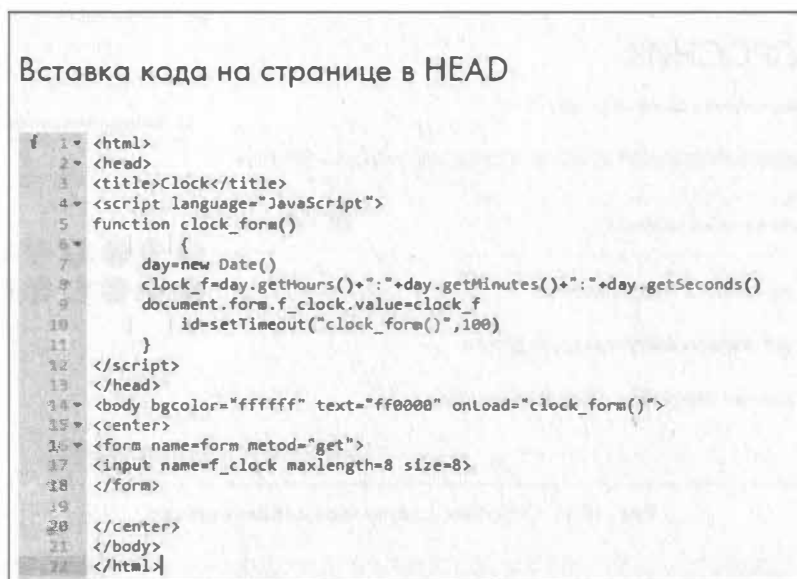
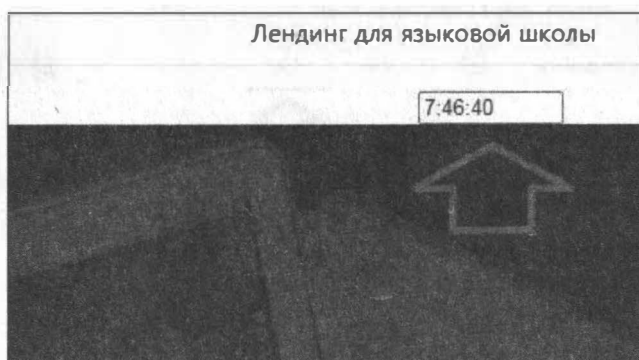


Рис. 15.7. Скрипт отображается в «голове» сайта

Для добавления HTML-кода в тег `<head>` страницы необходимо выполнить команду **Настройки страницы | Дополнительно | HTML-код для вставки внутрь HEAD** (рис. 15.8).

В качестве примера мы вставим в тег `<head>` страницы код простеньких часиков в рамочке (рис. 15.9).

После выполнения команд **Сохранить** и **Публиковать** скрипт начнет работать (рис. 15.10).

**Рис. 15.8.** Раздел HTML-код для вставки внутрь HEAD страницы**Рис. 15.9.** Скрипт часов**Рис. 15.10.** Скрипт часов отображается в «голове» страницы

Пример 3. Формы приема данных и опросник (анкета)

Если нас чем-то не устраивают формы на Tilda, тогда мы можем создать свой их вариант и подключить его к Tilda. Для этого нужно зайти на **Google Forms** по адресу: <https://www.google.com/forms/> — это бесплатный сервис на русском языке.

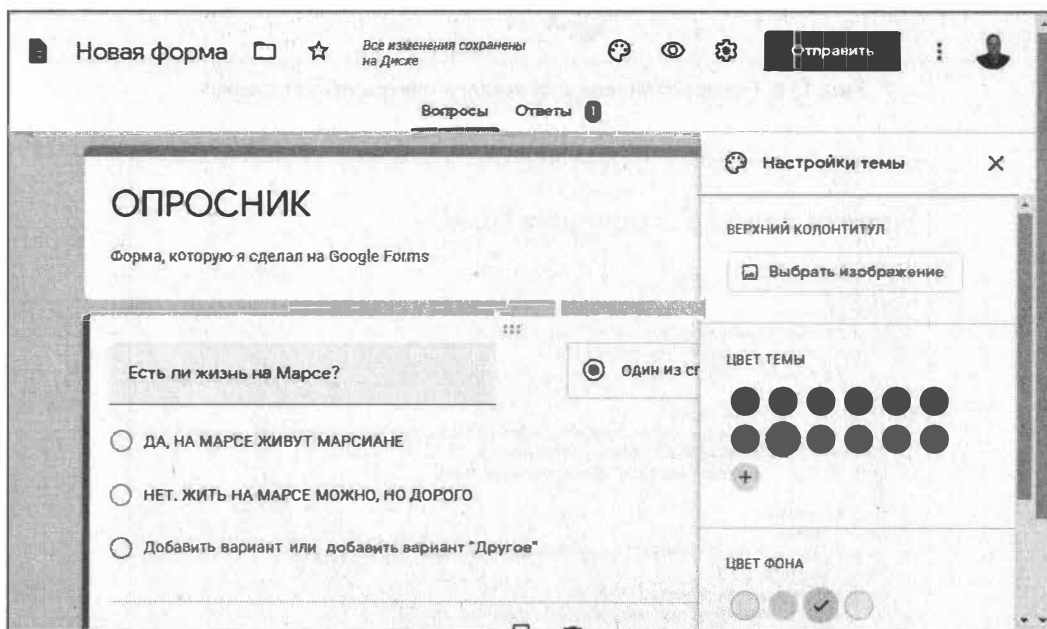


Рис. 15.11. Опросник с двумя вариантами ответов



Рис. 15.12. Выбор варианта отправки формы

Здесь можно создать нужную нам форму, а затем добавить ее на Tilda-сайт через вставку HTML-кода. Так мы и сделаем, и в качестве примера создадим опросник (рис. 15.11).


Когда форма готова, нужно нажать на кнопку **Отправить**, а в следующем окне (рис. 15.12) — на кнопку **< >**.

HTML-код формы вставляем в Tilda через блок **T123**, что мы уже умеем делать (см. разд. «Используем код, который у нас “под рукой”»). Результат вставки формы опросника в сайт на Tilda показан на рис. 15.13.

Рис. 15.13. Форма из Google Forms перенесена в Tilda

Пример 4. Календарь

Google-календарь бесплатен, на русском языке, и взять его код можно здесь: <https://support.google.com/calendar/answer/41207?hl=ru>.

Для встраивания календаря Google в свой сайт откройте Google-календарь на своем компьютере. В правом верхнем углу окна нажмите на значок шестеренки  и перейдите в **Настройки**. В левой части экрана нажмите на вариант календаря, который вам нужен. Соответствующий ему код календаря расположен в разделе **Интеграция календаря** (рис. 15.14).

Вид календаря можно изменить, нажав в этом разделе на кнопку **Настроить**. В открывшемся окне настроек календаря (рис. 15.15) выберите нужные вам параметры календаря и скопируйте его HTML-код, нажав на кнопку в правом верхнем углу этого окна. Встроенный в сайт календарь будет виден только тем, кому вы открыли доступ. Чтобы все посетители сайта видели встроенный календарь, сделайте его общедоступным, установив соответствующий флажок в настройках календаря.

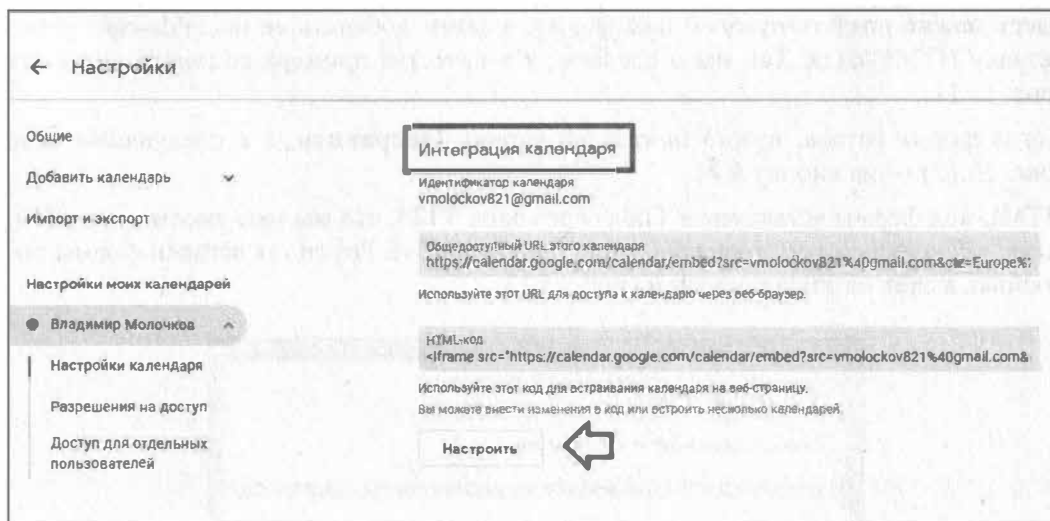


Рис. 15.14. Окно Настройки: раздел Интеграция календаря

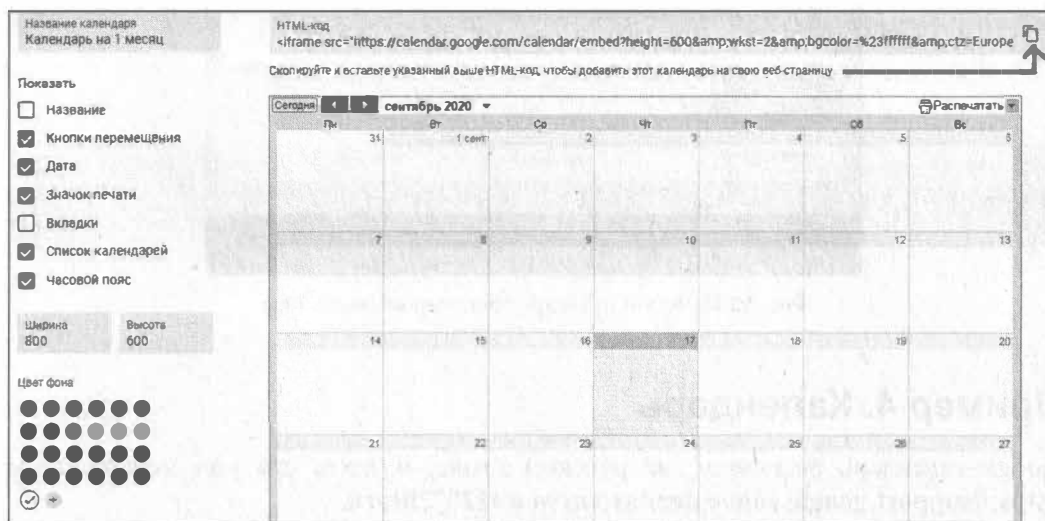


Рис. 15.15. Слева показаны инструменты для изменения вида календаря

Скопированный HTML-код вставляем в Tilda через блок **T123**. Результат вставки календаря в сайт на Tilda показан на рис. 15.16.

ПРИМЕЧАНИЕ

При желании вы можете получить код Яндекс-календаря. Он также бесплатен, на русском языке, и расположен здесь: <https://yandex.ru/support/calendar/common/widget.html>.

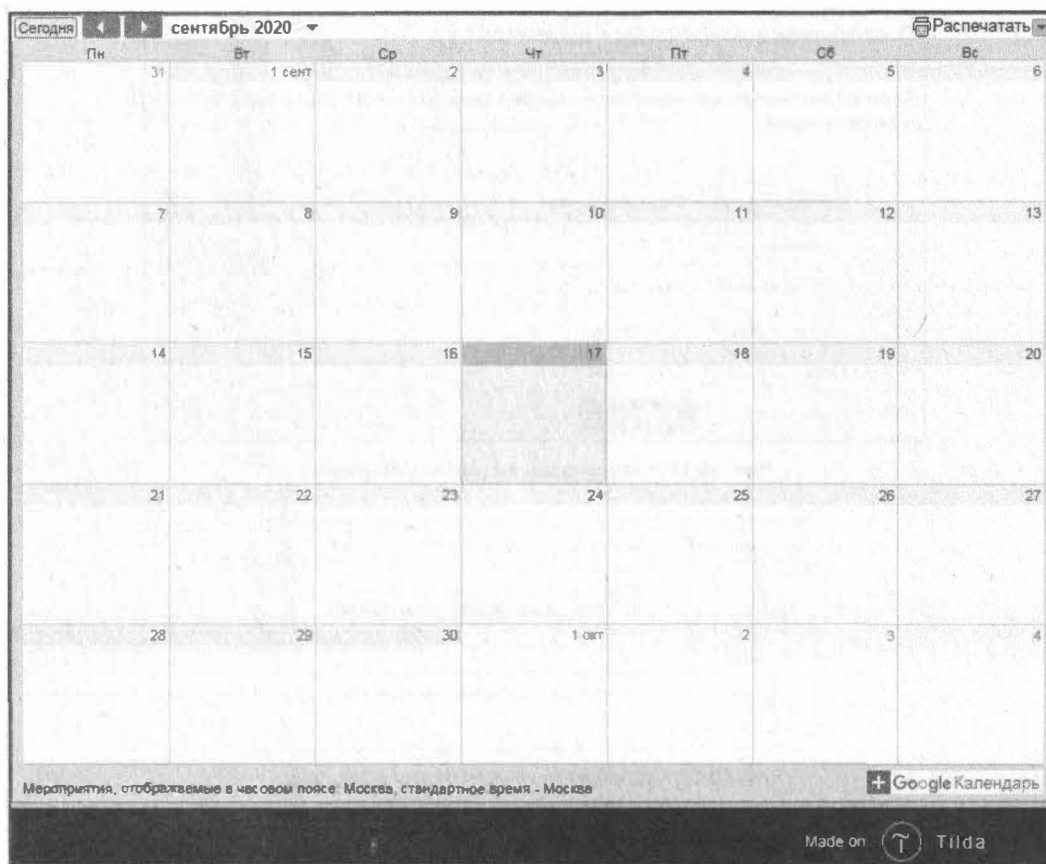


Рис. 15.16. Календарь встроен в страницу сайта на Tilda

Пример 5. Комментарии

Давайте посмотрим, как можно добавить виджет комментариев для сайта на Tilda через блок **HTML-код**. Сам код комментариев, а это русскоязычный и бесплатный виджет, мы возьмем отсюда: <https://vk.com/dev/Comments>. С его помощью пользователи смогут комментировать ваши материалы на сайте без регистрации. Виджет нужно настроить на ваш сайт (рис. 15.17).

После нажатия на кнопку **Сохранить** код виджета можно копировать (рис. 15.18).

Затем на Tilda используем для вставки кода виджета уже хорошо знакомый нам блок **T123**. Результат вставки виджета комментариев в сайт на Tilda показан на рис. 15.19.

Подобные виджеты могут быть полезны, например, для ваших учебных курсов. Учащиеся смогут задавать вам вопросы и оставлять отзывы, а вы — удалять нежелательные комментарии.

Подключение комментариев к Вашему сайту

Чтобы добавить виджет на Ваш сайт, просто скопируйте код для вставки на страницу, куда Вы хотите подключить виджет.

Сайт/приложение:	Подключить новый сайт
Название сайта:	ART-WWW
Адрес сайта:	https://kurs12345.ru/
Основной домен:	kurs12345.ru
Тематика сайта:	Образование

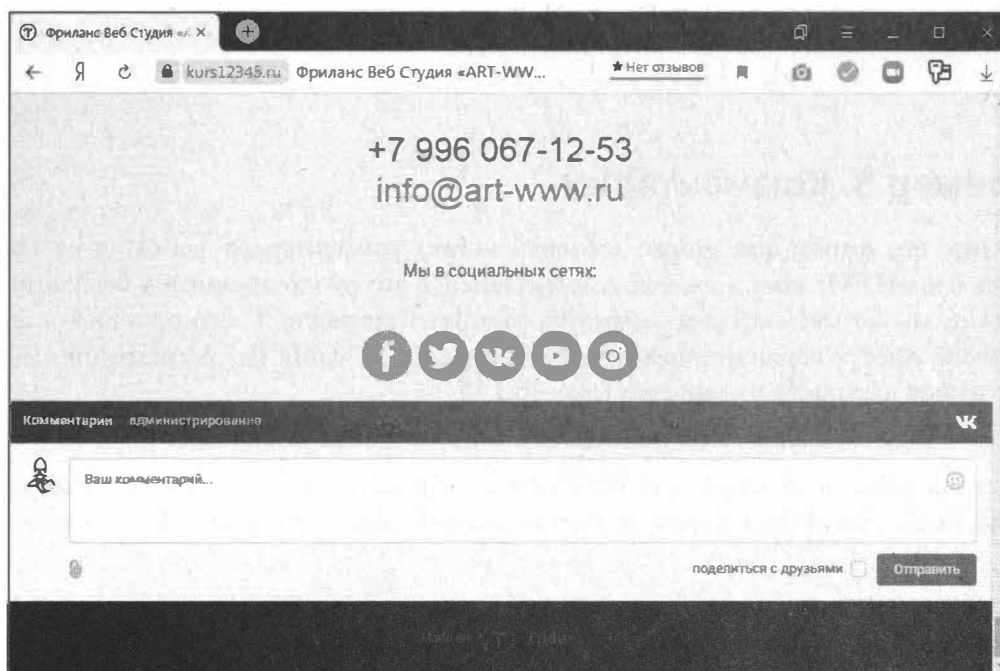
Сохранить

Рис. 15.17. Настраиваем виджет комментариев

Код для вставки:

```
<!-- Put this script tag to the <head> of your page -->
<script type="text/javascript"
src="https://vk.com/js/api/openapi.js?168">
</script>

<script type="text/javascript">
  VK.init({apId: 7600049, onlyWidgets: true});
</script>
```

Рис. 15.18. Код виджета комментариев от vk.com**Рис. 15.19.** Виджет Комментарии размещен на сайте, выполненном на Tilda

Следует отметить, что в Tilda уже встроены подобные блоки комментирования. Это блок **T158** (код комментариев берется из сервиса **Disqus**) и блок **T163** (чтобы установить этот виджет, перейдите на сайт **hypercomments.com**, зарегистрируйтесь и получите код для вставки виджета).

Вопросы для самопроверки

Что такое виджет?

Можно ли вставить в Tilda PHP-код?

Что такое скрипт?

Почему для вставки кода на Тильда предлагается контейнер `<head>`?

Задание

Счетчик

Вставьте в страницу на Tilda следующий виджет — счетчик от Рамблер (листинг 15.3).

Листинг 15.3. Код счетчика от Рамблер

```
<!-- Top100 (Kraken) Widget -->
<span id="top100_widget"></span>
<!-- END Top100 (Kraken) Widget -->
<!-- Top100 (Kraken) Counter -->
<script>
(function (w, d, c) {
(w[c] = w[c] || []).push(function() {
var options = {
project: 2396818,
element: 'top100_widget',
};
try {
w.top100Counter = new top100(options);
} catch(e) { }
});
var n = d.getElementsByTagName("script")[0],
s = d.createElement("script"),
f = function () { n.parentNode.insertBefore(s, n); };
s.type = "text/javascript";
s.async = true;
s.src =
(d.location.protocol == "https:" ? "https:" : "http:") +
"//st.top100.ru/top100/top100.js";
if (w.opera == "[object Opera]") {
```

```

d.addEventListener("DOMContentLoaded", f, false);
} else { f(); }
})(window, document, "_top100q");
</script>
<noscript>

</noscript>
<!-- END Top100 (Kraken) Counter -->

```

Вставленный на сайт счетчик должен выглядеть, как показано на рис. 15.20.



Рис. 15.20. Вид счетчика от Рамблер

Календарь

Вставьте в свой сайт календарь от сервиса **calend.ru**, используя следующий код (листинг 15.4)

Листинг 15.4. Код календаря от сервиса calend.ru

```

<a href=http://www.calend.ru/holidays/prof/ target=_blank></a>&nbsp;&nbsp;<p align="center">

```

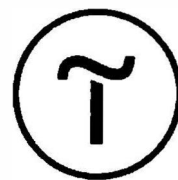
или календарь от сервиса **yuretz.ru**, используя следующий код (листинг 15.5).

Листинг 15.5. Код календаря от yuretz.ru

```

<a href="http://calendar.yuretz.ru" title="Календари на любой год"></a>

```



ГЛАВА 16

Добавление и настройка форм на сайте Tilda

Формы приема данных — это специальные блоки в Tilda, в которые посетители сайта вводят информацию (свои контактные данные, комментарии и т. п.), а вы получаете эту информацию через различные сервисы приема данных. С помощью форм удобно проводить опросы, анкетирование, тесты и пр. В Tilda есть готовые шаблоны форм (универсальная форма, запись на урок или вебинар, анкета и др.), которые вы можете легко видоизменить под свои цели.

Пример настройки формы на прием данных

Предположим, что мы делаем сайт электронной библиотеки и нам нужна форма регистрации читателя. Для наших целей (как вариант) в Tilda можно использовать шаблон **Московская библиотека имени Р. М. Вечанского** (рис. 16.1). Этот шаблон нам поможет научиться работать с формами.



Рис. 16.1. Шаблон библиотеки

Выберите в разделе **Форма и кнопка** Библиотеки блоков блок **BF204N Вертикальная форма со множеством полей** (рис. 16.2).

Процесс настройки формы рассмотрим по шагам. Он типовой для любой формы, а в нашем примере это будет форма читателя библиотеки.

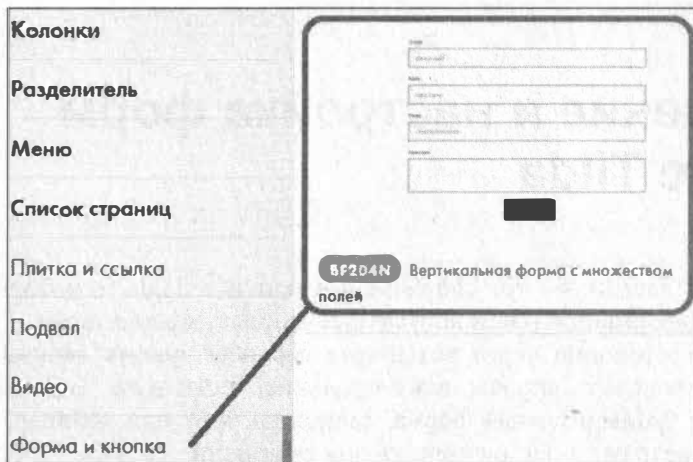


Рис. 16.2. Выбираем из библиотеки форму BF204N

Шаг 1. Настройка полей блока

В одной форме может быть неограниченное количество полей. Поля в форме настраиваются на вкладке **Поля для ввода** меню **Контент** формы. Настроим сначала шапку блока (рис. 16.3), а затем и остальные поля нашей формы.

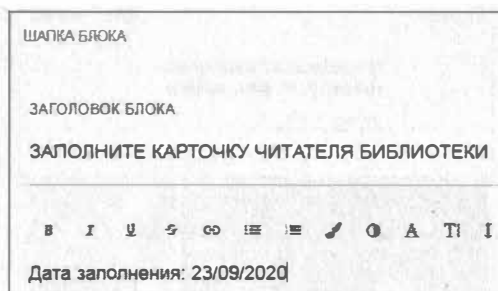


Рис. 16.3. Заполняем поле формы Шапка блока

Для каждого поля ввода в форме есть отдельная карточка, в которой можно задать тип поля, подсказку значения, заголовок и подзаголовок, имя переменной и обязательность заполнения поля. Особо стоит сказать о подсказках и имени переменной:

- ♦ **подсказка значения** — это пример того, как нужно заполнить поле;
- ♦ **имя переменной** задается по умолчанию, или вы его можете задать сами. Однако не все сервисы позволяют задавать имя переменной произвольным образом.

ПОЛЕ 1

Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

ТИП
E-mail

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
Ваша электронная почта (E-mail)

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
E-mail

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ
email

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается).
Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.

☒ Обязательно для заполнения

Рис. 16.4. Настраиваем Поле 1 формы: E-mail

ПОЛЕ 2

Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

ТИП
Имя

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
Введите ваше полное имя

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
Ф.И.О.

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ
name

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается).
Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.

☒ Обязательно для заполнения

Рис. 16.5. Заполняем Поле 2 формы: Ф.И.О.

Итак, настроим поля формы для ввода:

- ◆ **Поле 1** — почта читателя электронной библиотеки (рис. 16.4).
- ◆ **Поле 2** — **Ф.И.О.** (фамилия, имя и отчество) читателя (рис. 16.5).
- ◆ **Поле 3** — маска телефона читателя.

В поле 3 мы не просто введем текст **Ваш телефон**, а по маске отформатируем данные, которые будут введены в это поле (рис. 16.6).

Маски позволяют точнее сформулировать, что мы хотим от посетителя сайта, и могут применяться для ввода даты, времени, номера страхового полиса и т. п. Мы зададим здесь вариант ввода телефонного номера для России (рис. 16.7).

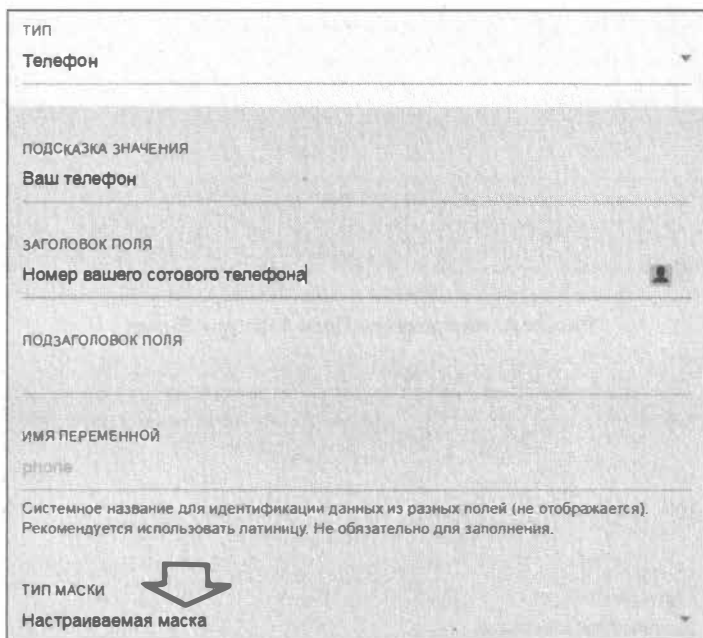


Рис. 16.6. Зададим формат маски для ввода номера телефона читателя

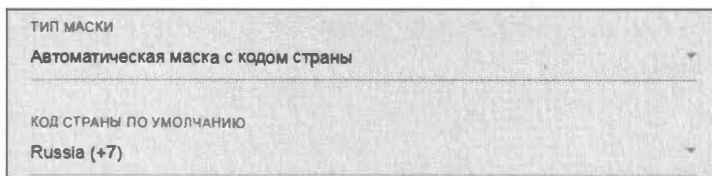
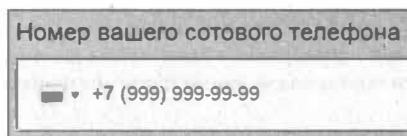
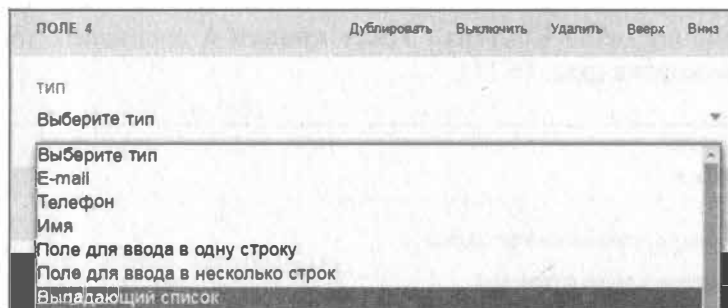
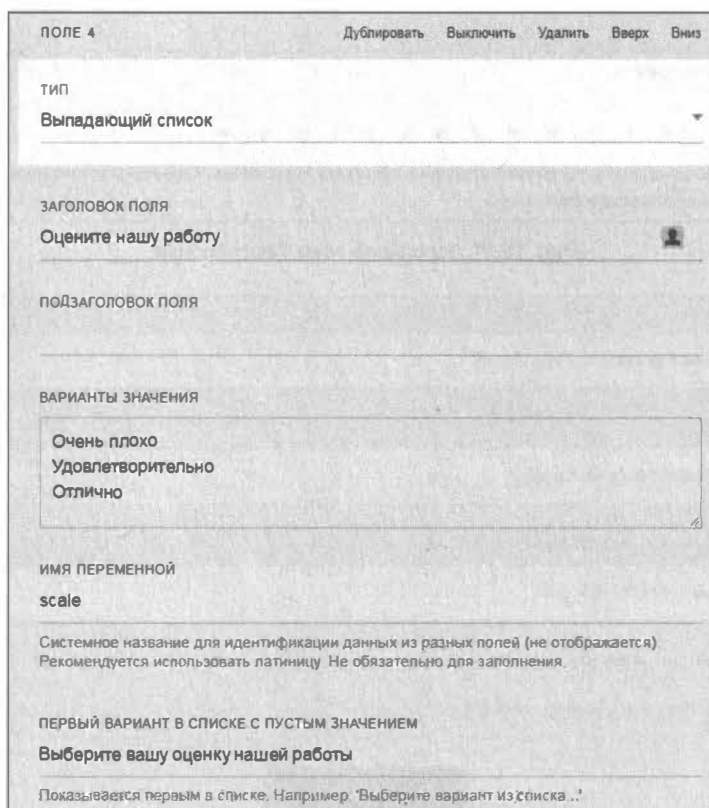


Рис. 16.7. Задаем маску номера телефона для России

На сайте это будет выглядеть так (рис. 16.8).

- ◆ **Поле 4** — отзыв.

Это поле мы создадим сами, по своему усмотрению. Для этого выполним команду **Добавить поле ввода** и выберем тип поля: **Выпадающий список** (рис. 16.9).

**Рис. 16.8.** Маска телефона задана**Рис. 16.9.** Выберем тип поля: **Выпадающий список****Рис. 16.10.** Заполняем поле **Выпадающий список**

Здесь мы попросим читателя оценить качество работы электронной библиотеки (рис. 16.10).

ПРИМЕЧАНИЕ

Имя переменной (**scale**) мы задали сами. Если потом вы в разделе **Заявки** получите сообщение об ошибке, то имя переменной нужно будет изменить в соответствии с требованиями на сервисе.

Шаг 2. Текст на кнопке

Выполните команду меню **Контент | Текст кнопки** и пропишите текст, который должен быть на кнопке (рис. 16.11).

Рис. 16.11. Заполняем поле Текст кнопки

Рис. 16.12. Форма создана

Предварительный вариант формы готов (рис. 16.12).

Теперь, если форму опубликовать и более не выполнять никаких дальнейших действий, то данные из формы будут отправлены в **Заявки** (рис. 16.13).

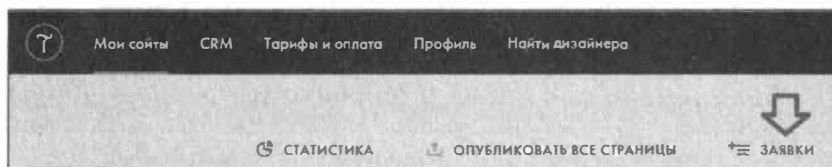


Рис. 16.13. Сюда по умолчанию отправляются данные из всех ваших форм

В разделе **Заявки** можно увидеть информацию о работе ваших форм и, в частности, об имеющихся в них ошибках (рис. 16.14). Ошибка может быть зафиксирована, если, например, какой-либо сервис требует определенных названий переменных в полях формы, а вы эти переменные назвали произвольным образом. Полный перечень ошибок имеется в справочном центре Tilda.

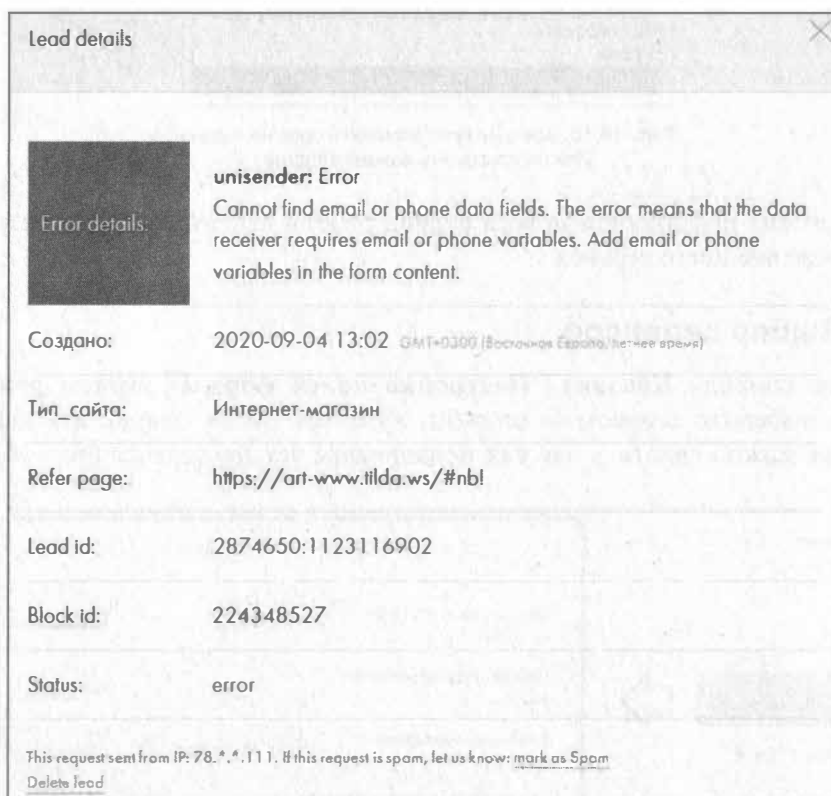


Рис. 16.14. Форма в интернет-магазине работает с ошибкой

Разобраться с ошибкой вам поможет **Журнал ошибок** (рис. 16.15). В нем можно увидеть дату, сервис и текст ошибки.

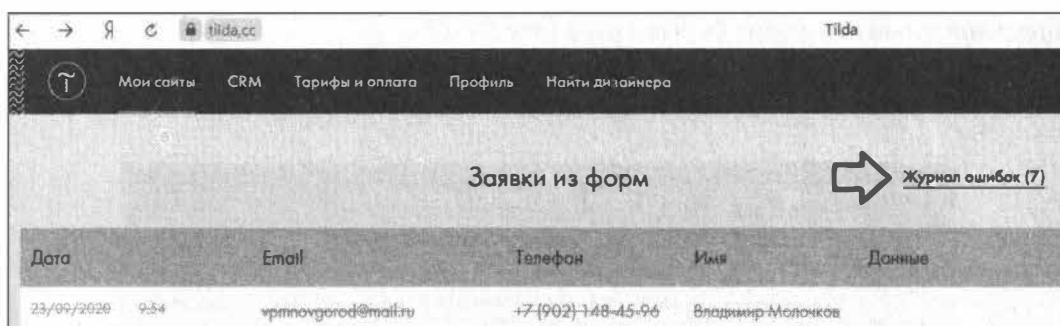


Рис. 16.15. Ссылка Журнал ошибок

Данные из форм, по умолчанию, хранятся в разделе **Заявки** 30 дней. Эту настройку можно изменить командой **Настройка сайта | Формы | Общие настройки форм** (рис. 16.16).

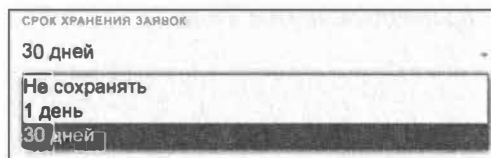


Рис. 16.16. Здесь можно поменять срок на 1 день или не сохранять заявки вообще

Если вам нужна информация за весь период работы вашего сайта, то потребуется подключение внешнего сервиса.

Шаг 3. Выбор сервисов

Выполните команду **Контент | Настройка полей формы | Прием данных из формы** и выберите сервисы — службы, куда мы будем отправлять данные из формы. Как можно видеть, у нас уже подключены четыре сервиса (рис. 16.17).

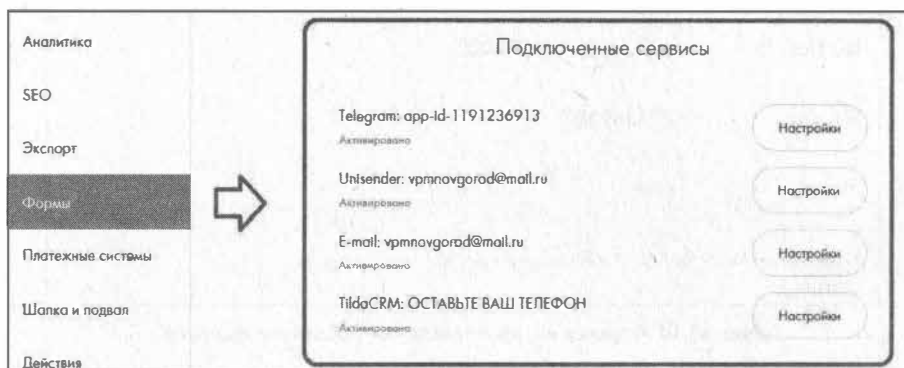


Рис. 16.17. Для форм активировано четыре внешних сервиса

Напомним, что сервисы по обработке (приему данных) форм подключаются в разделе **Формы** настроек сайта, и с процессом подключения сервисов мы познакомились в *главе 9*. К своему проекту (на сегодняшний день) вы можете подключить 15 сервисов на прием данных из формы. Очевидно, что со временем в Tilda их станет больше.

Мы здесь настроим вариант отправки созданной нами формы только в Telegram (рис. 16.18), после чего все заявки из этой формы будут попадать в мой Telegram.

ПРИМЕЧАНИЕ

Сервисы приема данных из форм в Tilda работают только при активной подписке на Tilda. Если вы на бизнес-тарифе экспортируете сайт из Tilda и размещаете его на собственном сервере и при этом перестаете оплачивать подписку на Tilda, то вам потребуется для работы форм подключить собственный скрипт для принятия данных из форм. Как это сделать, читайте здесь: <http://help-ru.tilda.ws/formsscript/>.

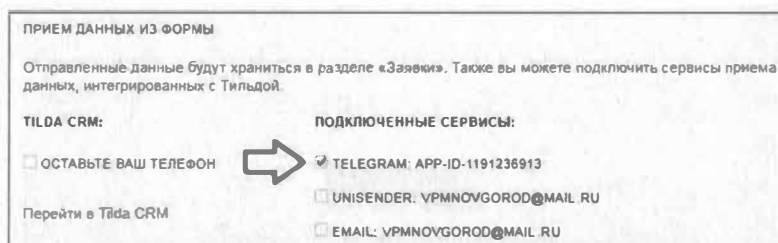


Рис. 16.18. Подключен сервис Telegram

Шаг 4. Настройка внешнего вида формы

Настройка внешнего вида формы задается по команде меню **Настройки | Внешний вид формы блока**. Здесь мы задаем как внешний вид формы, так и ее название. Настроим, например, стиль полей ввода (рис. Ц-16.19).



Рис. Ц-16.19. Настраиваем Стиль полей ввода нашей формы

Теперь наша форма стала выглядеть так (рис. 16.20).

ЗАПОЛНИТЕ КАРТОЧКУ ЧИТАТЕЛЯ БИБЛИОТЕКИ

Дата заполнения: 23/09/2020

Е-mail

Ф.И.О.

Номер вашего сотового телефона

Оцените нашу работу

Выделите вашу оценку нашей работы

Записаться

«Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку персональных данных и соглашаетесь с политикой конфиденциальности»

Рис. 16.20. Вид формы изменен

В разделе **Кнопки** изменим вид кнопки (рис. 16.21) — результат приведен на рис. 16.22.



Рис. 16.21. Меняем фон и радиус скругления кнопки

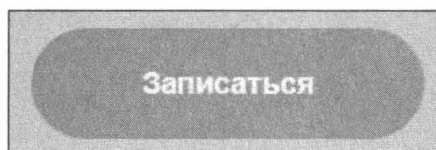


Рис. 16.22. Вид кнопки изменен

При настройке внешнего вида формы в Tilda имеются следующие возможности:

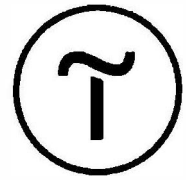
- ◆ изменение настроек полей для ввода:
 - текст подсказок и заголовков — можно менять цвет и насыщенность;
 - можно менять цвет галочек, переключателей и других элементов;
 - стиль бордюра — редактируется цвет, скругление, толщина, использование только нижнего бордюра;
 - стиль подсказки значения — можно оставлять (или нет) видимой подсказку при щелчке мышью;
- ◆ изменение настроек кнопки:
 - редактируются цвета фона и бордюра кнопки в обычном состоянии и при наведении мыши;
 - можно задать тень в обычном состоянии и при наведении мыши;
 - текст на кнопке — можно задать цвет кнопки в обычном состоянии и при наведении мыши, а также шрифт, размер шрифта и насыщенность;
- ◆ изменение общих настройки для всей формы:
 - в Tilda используется 12-колоночная сетка. Ширину формы и левый отступ в колонках можно изменить. Типичная форма имеет ширину 8 колонок и левый отступ в 2 колонки;
 - название формы не отображается на сайте, но передается в сервисы приема данных и помогает понять, из какой формы пришла заявка;
 - анимация — в Tilda есть шесть вариантов анимации появления формы.

Вопросы для самопроверки

- ◆ Сколько сервисов приема данных сегодня интегрировано в Tilda?
- ◆ Можно ли **Имя переменной** в форме задать любым?
- ◆ Для чего в формах служит **Настраиваемая маска**?
- ◆ Куда отправляются данные из формы, если никакой из внешних сервисов не подключен?

Задание

Создайте собственную форму брифа на сайт.



ГЛАВА 17

Создание полноценного многостраничного сайта

Многостраничник на Tilda может иметь до 500 страниц. Чтобы понять, как создают многостраничники, нам будет достаточно создать три страницы: одну главную и две внутренние. *Внутренними* принято называть все веб-страницы сайта, кроме главной.

СОВЕТ

Перед началом создания любого сайта полезно на бумаге описать состав его блоков, а затем нарисовать макет, на котором будет отражено расположение различных объектов (текста, рисунков, кнопок и др.) в каждом из этих блоков (рис. 17.1).

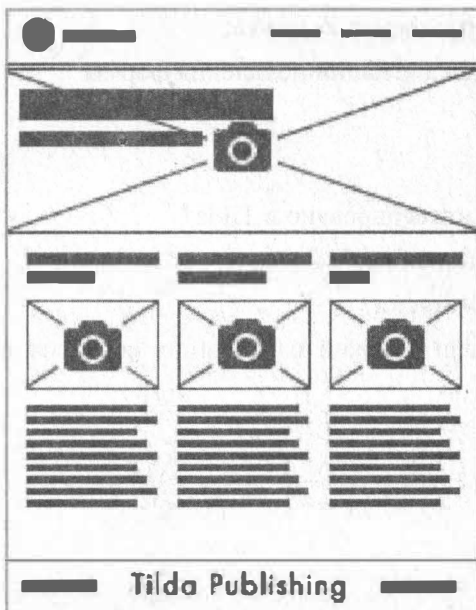


Рис. 17.1. От макета на бумаге к странице в Сети

Мы создадим сайт учителя. Это у нас не первый проект на Tilda — напомним лишь, что сайт наш находится на домене **kurs12345.ru** (рис. 17.2), а не на домене Tilda.

Этот домен мы в учебных целях купили на **REG.RU**, а затем «прикрутили» к Tilda (см. главу 13).



Рис. 17.2. Сайт получил название

Создание трех страниц проекта

Начнем работу над проектом командой **Создать страницу** и выберем шаблон **Учитель** (рис. 17.3).

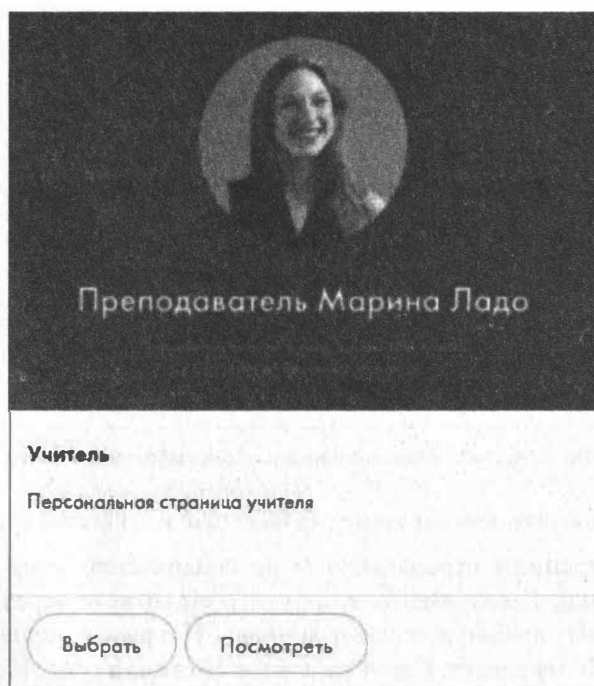


Рис. 17.3. Шаблон Учитель

Экранов (блоков) в этом проекте много, но главная страница только одна (рис. 17.4). Выбранный нами шаблон мы отредактируем по содержанию «под себя», а также уберем шапку и подвал — их мы создадим позднее сами.

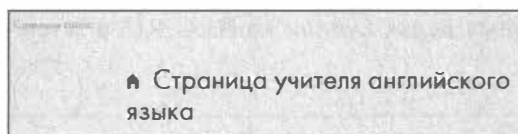


Рис. 17.4. Первая (главная) страница сайта сформирована

Теперь создадим первую внутреннюю страницу командой **Создать новую страницу | Внутренние** и выберем шаблон **Вопросы** (рис. 17.5).

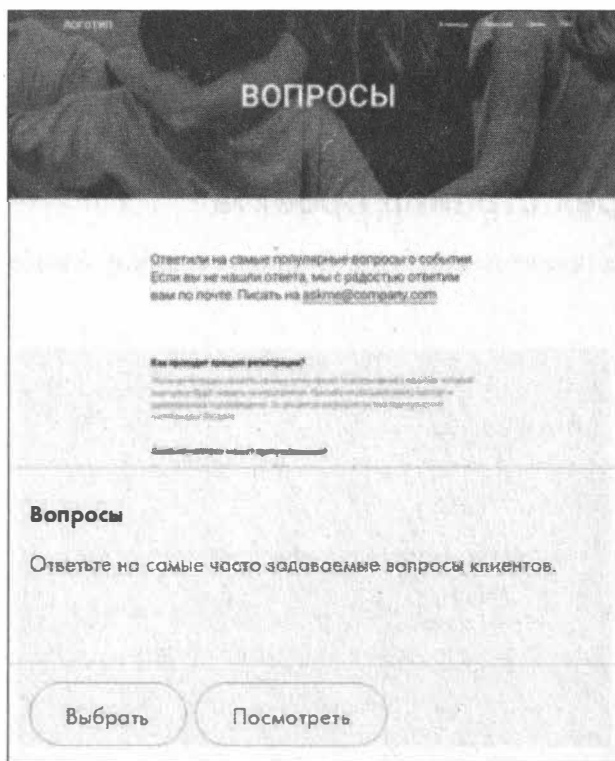


Рис. 17.5. Внутренняя страница на базе шаблона **Вопросы**

Добавим вторую внутреннюю страницу на базе шаблона **Цены** (рис. 17.6).

Обе внутренние страницы отредактируем по содержанию «под себя», удалим из них подвалы и шапки. Также имейте в виду, что вы можете через буфер обмена перенести в свой проект любые нужные вам блоки. Например, если вы работаете не в одиночку, то можно перенести в свой сайт блок **Команда** (рис. 17.7).

Итак, в результате наших действий три страницы проекта созданы (рис. 17.8).

Назначение какой-либо страницы главной осуществляется в настройках сайта. Для этого выполним команду **Еще | Настройки сайта | Главная страница**, выберем из списка нужную страницу и нажмем на кнопку **Сохранить изменения** (рис. 17.9).

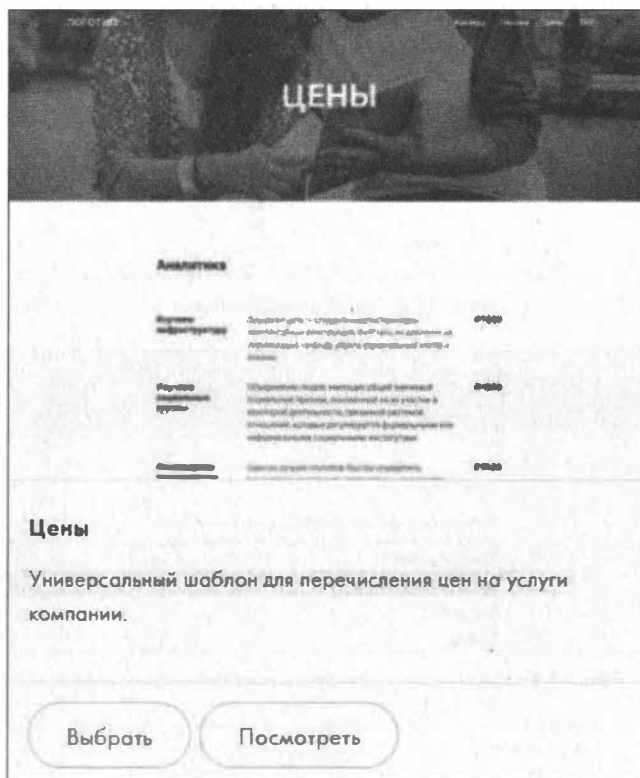


Рис. 17.6. Внутренняя страница на базе шаблона Цены



Рис. 17.7. Меню команд переноса блока через буфер обмена

В настройках страниц зададим им понятные человеку адреса: для главной страницы (рис. 17.10), для первой внутренней страницы (рис. 17.11) и для второй внутренней страницы (рис. 17.12).

Результат наших трудов опубликуем, выполнив команду **Опубликовать все страницы** (рис. 17.13). После публикации у страниц появятся бейджики, которые при желании можно изменить. По умолчанию для бейджика используется первая картинка со страницы.

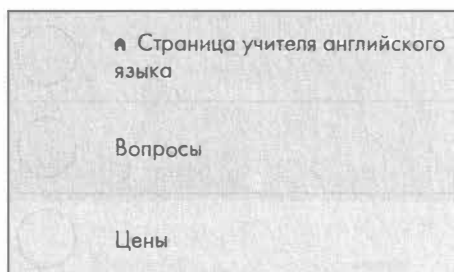


Рис. 17.8. Три страницы готовы

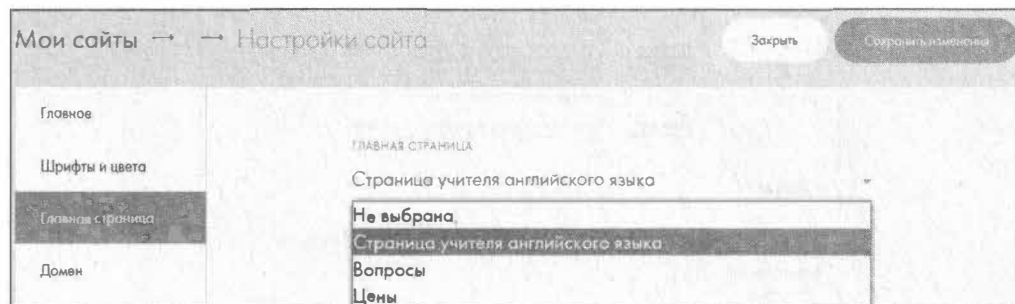


Рис. 17.9. Здесь можно назначить главную страницу сайта

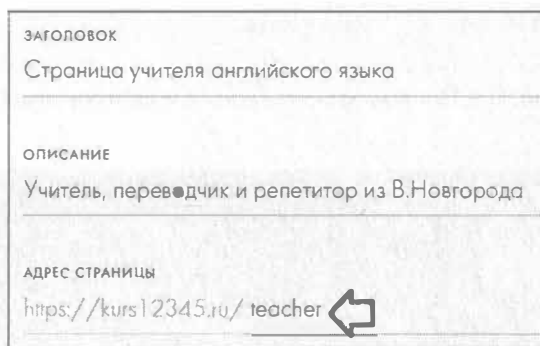


Рис. 17.10. Заголовок, описание и адрес главной страницы

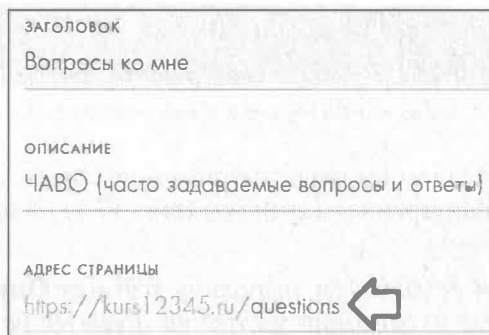


Рис. 17.11. Заголовок, описание и адрес первой внутренней страницы

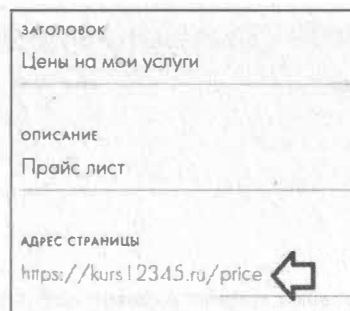


Рис. 17.12. Заголовок, описание и адрес второй внутренней страницы

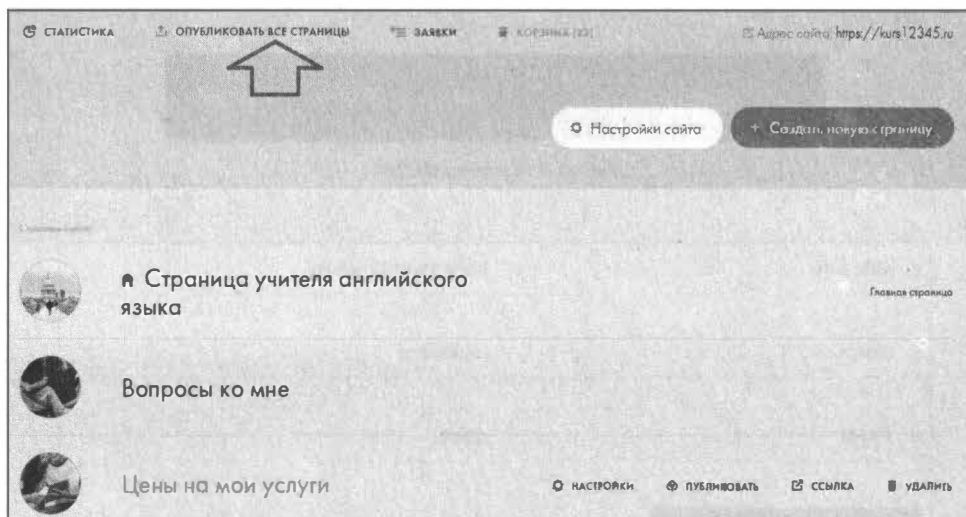


Рис. 17.13. Команда Опубликовать все страницы

Шапка и меню сайта

Создадим шапку нашего трехстраничного сайта, которая будет также выступать в роли его меню. Шапка (**Header**) — блок в верхней части страницы сайта, который виден на всех страницах сайта. Чтобы сделать шапку, выполним команду **Создать новую страницу | Пустая страница | Все блоки | Меню** и выберем блок **ME201 Меню с логотипом слева** (рис. 17.14). По умолчанию это меню с черным фоном и белым текстом (рис. 17.15).

Затем войдем в меню **Контент** и настроим его содержимое. Обратите внимание, что главную страницу нельзя задавать командой **Выбрать страницу**. Она задается как адрес вашего сайта в Сети (рис. 17.16). Результат редактирования меню мы сохраним.

В списке страниц присвоим шапке сайта название **Header** (рис. 17.17) и в настройках сайта назначим меню шапкой сайта (рис. 17.18).



Рис. 17.14. Выбираем шаблон меню для нашего сайта

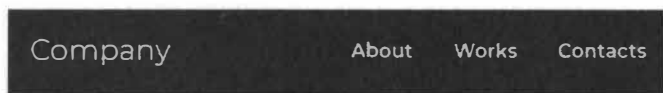


Рис. 17.15. Меню ME201

Обо мне	https://kurs12345.ru/
	<input checked="" type="checkbox"/> В новом окне <input type="checkbox"/> Выбрать страницу <input type="checkbox"/> Выбрать блок
Вопросы	/questions
	<input checked="" type="checkbox"/> В новом окне <input type="checkbox"/> Выбрать страницу <input type="checkbox"/> Выбрать блок
Цены	/price
	<input checked="" type="checkbox"/> В новом окне <input type="checkbox"/> Выбрать страницу <input type="checkbox"/> Выбрать блок
<div>Добавить пункт меню</div> <div>Добавить пункты второго уровня</div>	
ЛОГОТИП	
ЗАГОЛОВОК	
Учитель английского из Великого Новгорода	
ИЗОБРАЖЕНИЕ	
<div>Загрузить файл</div> <div>Искать в библиотеке</div>	
ССЫЛКА ?	
https://vk.com/id1594963	

Рис. 17.16. Создаем список пунктов меню и ссылки на соответствующие страницы

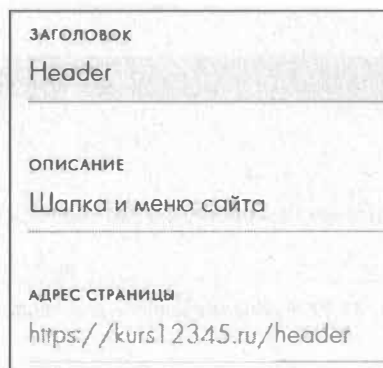


Рис. 17.17. Присваиваем шапке сайта название Header

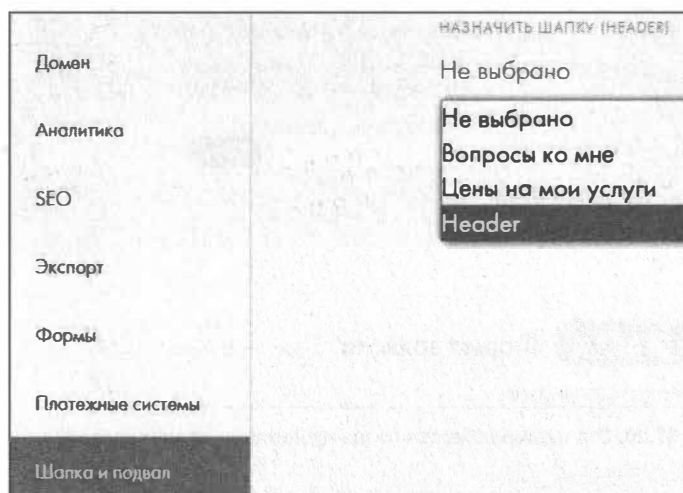


Рис. 17.18. Из списка выбираем блок меню с названием Header

Теперь, если меню опубликовать, то можно проверить, как оно работает.

Совет

Если после публикации вы не видите изменений, то обновите страницу (возможно, несколько раз). Часто браузер сохраняет старую версию, и поэтому кажется, что изменения не видны. Подвал сайта виден на всех его страницах только в режиме предпросмотра и после публикации всех страниц.

Подвал сайта

Подвал сайта (**Footer**) — это блок в нижней части страницы, который одинаков по содержанию и виден на всех страницах сайта. Подвал создается аналогично шапке. Создадим новую страницу и выберем для подвала блок **FT202 Панель: копирайт, строка ссылок и кнопка «наверх»** (рис. 17.19).

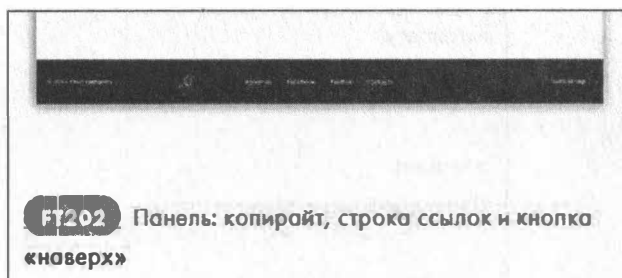


Рис. 17.19. Выбираем шаблон для подвала

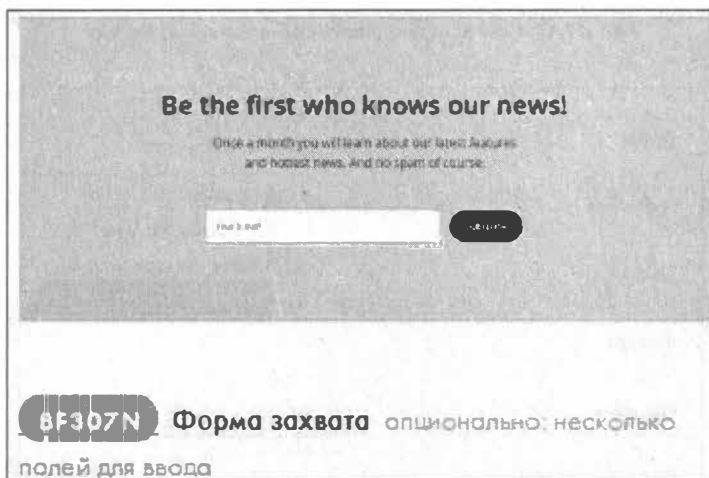


Рис. 17.20. Эта форма появится после публикации на всех страницах сайта

Далее все происходит так же, как и при создании шапки (**Header**), но есть одна особенность: подвал может быть составным, то есть состоять не из одного блока. Так что мы добавим в подвал блок **BF307N Форма захвата** (рис. 17.20), а затем еще два блока: **FT202** и **BF307N** — и назовем всю эту конструкцию **Footer** (рис. 17.21).

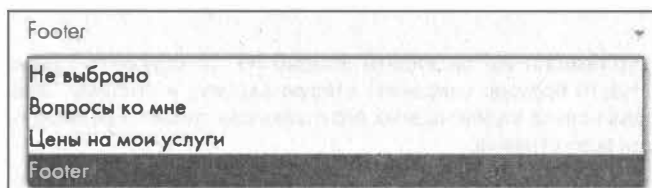


Рис. 17.21. Выбираем (назначаем) Footer

Полученную форму, мы, естественно, отредактируем. Чтобы шапка и подвал стали видны, опубликуйте все страницы сайта (а не только страницы, назначенные как шапка и подвал). После публикации блоки подвала станут выглядеть так (рис. 17.22).

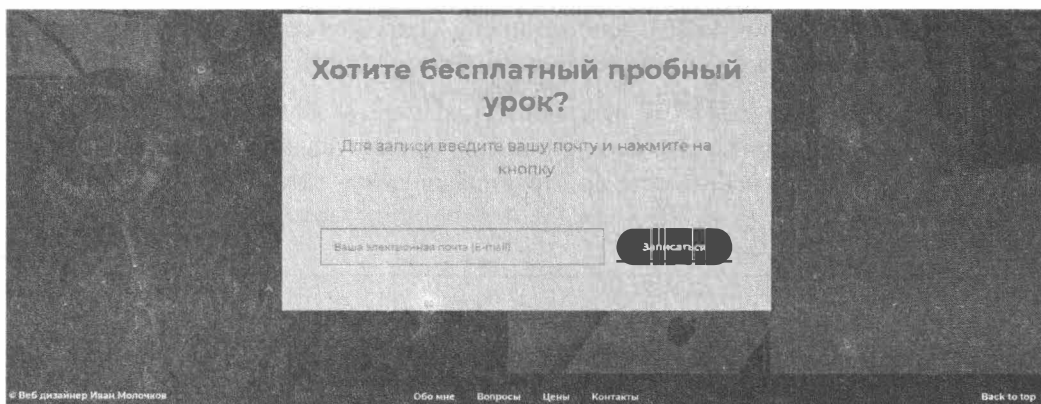


Рис. 17.22. Подвал после публикации страниц сайта

Вопросы для самопроверки

- ♦ Какая из страниц сайта называется внутренней?
- ♦ Как любую страницу сайта назначить главной?
- ♦ Сколько блоков можно включить в подвал?
- ♦ Сколько блоков можно включить в шапку?

Задание

1. Создайте многостраничник на выбранную тему по алгоритму, приведенному в этой главе.

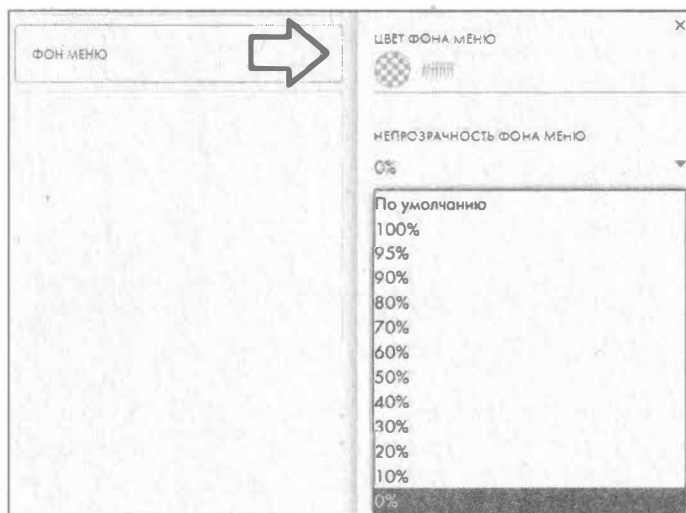


Рис. 17.23. Делаем фон меню прозрачным

2. По умолчанию меню **ME201** черного цвета. Сделайте его прозрачным. Что для этого необходимо выполнить в настройках блока **ME201**, показано на рис. 17.23.
3. По умолчанию меню **ME201** неподвижно. Измените эту настройку так, чтобы меню стало динамичным, то есть чтобы при прокручивании экрана оно опускалось (или поднималось) вместе со страницами сайта. Как это сделать, показано на рис. 17.24.

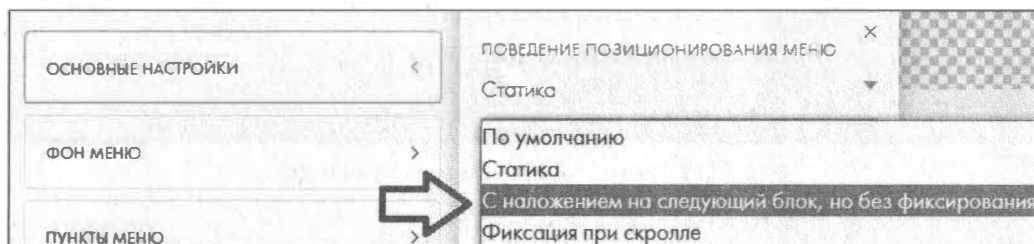
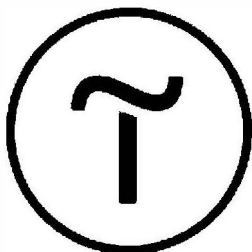


Рис. 17.24. Делаем меню не статичным, а подвижным



Часть III

Советы новичку

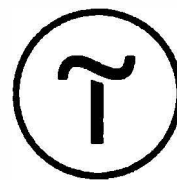
Глава 18. Самое полезное

Глава 19. Работа с заказчиками

Глава 20. Шрифт и текст в веб-дизайне

Глава 21. Цвет в веб-дизайне: базовые знания о работе с цветом

Глава 22. Правила композиции сайта



ГЛАВА 18

Самое полезное

Практика

Вот вы и научились делать сайты на Tilda. Что дальше? А дальше вот что: перед тем как предлагать свои услуги заказчикам, нужно набраться практики в Tilda. Это можно выполнить поэтапно, шагами, не спеша.

Стоит начать приобретение своего практического опыта с бесплатного создания сайтов для себя и для своих друзей. Так вы приобретете опыт, уверенность в себе, наработаете портфолио. Как вариант — можно копировать понравившиеся сайты с максимальной точностью. Подобным образом учатся, например, художники, копируя картины мастеров. Имеет смысл выбрать свою специализацию (лендинги, или сайты-визитки, или интернет-магазины и т. д.). Чтобы хорошо зарабатывать, не нужно знать все (это как у врачей). Чтобы определиться со специализацией, нужно выбрать компромисс между тем, что вам нравится, и тем, на что есть спрос.

Клиенты часто просят поставить на сайт:

- ♦ обратный звонок, чат;
- ♦ CRM-системы;
- ♦ Яндекс.Метрику, Google Analytics.

Освойте уверенную работу по этим темам.

Выход на рынок

Для поиска клиентов можно создать собственную группу в социальных сетях и показывать там свои проекты, а также отзывы на ваши работы. Такую группу можно вместе с портфолио продемонстрировать потенциальному заказчику. На этом шаге мы работаем уже не бесплатно, а по цене, предлагаемой заказчиком. Нарбатываем репутацию, беремся не за все проекты, а только за то, что нам по силам. Работаем на биржах фриланса. Их очень много: **kwork.ru**, **<https://www.weblancer.net/>** и др.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Биржа — площадка, где фрилансер может найти работу, а работодатель — исполнителя. Биржи бывают с бесплатной регистрацией, а есть и с платной (PRO-аккаунты).

Можно воспользоваться также сервисом Яндекс.Услуги. Он бесплатен, позволяет общаться с заказчиком в чате. Заказы можно искать в «Фейсбуке» и Telegram-каналах с работой.

Уверенная работа

Поднимаем стоимость работ — работаем не по цене заказчика, а на своих условиях. Начинаем работать не только как фрилансеры, но и как сотрудники веб-студий.

Этапы работы над сайтом

Любой сайт сразу не начинается с верстки. Ему предшествует предварительная работа:

- ◆ Сбор материалов (значков, видео, фотографий, текстов и др.) для контента, размещаемого на сайте.
- ◆ Прорисовка макета сайта на бумаге.
- ◆ Разработка сайта в стандартных блоках. В сайтах часто используют следующие типовые блоки:
 - ответы на вопросы;
 - галереи;
 - меню;
 - формы заявки;
 - формы заявки в поп-ап;
 - отзывы;
 - якорные ссылки.
- ◆ Выбор цветовой палитры (она может быть задана заказчиком), подбор шрифтов в соответствии с тематикой сайта, определение вида и наличия кнопок, расположения объектов на странице, вида меню, наличие анимации — все это называется *прототипированием* дизайна сайта и требует согласования с заказчиком.
- ◆ Проработка дизайна в Zero-блоках с его адаптацией под мобильные устройства. Адаптацию и настройку страниц стоит делать только после того, как с заказчиком будет согласован дизайн сайта.
- ◆ Настройка, тестирование и публикация сайта.

Программы и сервисы

Далее мы рассмотрим несколько программ и сервисов, которые могут быть весьма полезны в работе веб-дизайнера на Tilda.

Adobe Photoshop

Это лучший на сегодня растровый графический редактор (рис. 18.1). В нем легко оптимизировать графику для Сети, произвести кадрирование (обрезку) изображений, удалить фон, сделать изображение прозрачным (формат PNG), анимировать изображение (формат GIF) и т. д. Сайт программы: <https://www.adobe.com/ru/>.



Рис. 18.1. Логотип последней версии программы

При выборе изображений для фона ориентируйтесь на их ширину не менее 1680 пикселей, форматы JPG или PNG, отсутствие пикселизации изображения. Помните, что на сайте любое изображение необходимо оптимизировать, то есть максимально уменьшать вес, но при этом сохранять качество.

Joxi

Joxi — бесплатная программа для создания скриншотов с поддержкой русского языка (рис. 18.2). Joxi позволяет редактировать скриншоты и размещать их в облаке, доступ к которому можно получить после бесплатной регистрации. Срок хранения скриншотов в облаке Joxi.ru в бесплатной версии программы — 90 дней. Скачать программу можно здесь: <http://joxi.ru/> (рис. 18.3).

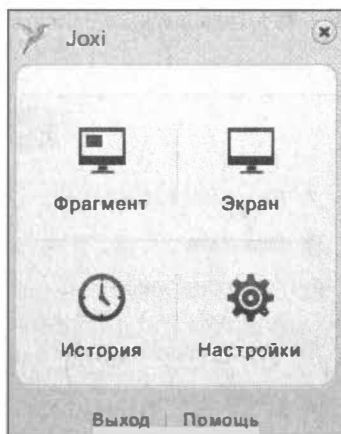


Рис. 18.2. Главное окно (интерфейс) Joxi

ColorZilla

ColorZilla — это дополнение в браузер в виде значка пипетки, которое помогает веб-разработчикам и графическим дизайнерам решать задачи, связанные с цветом (рис. 18.4).

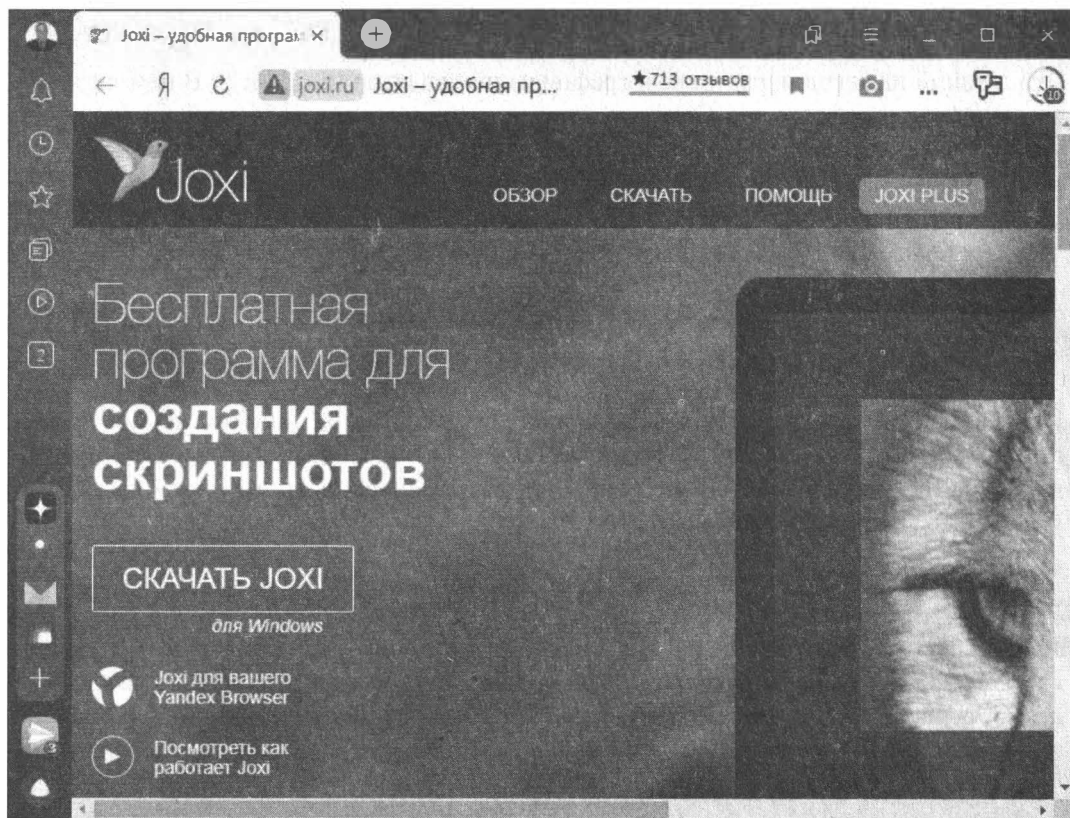


Рис. 18.3. Официальный сайт Joxi




Рис. 18.4. Меню ColorZilla

С помощью ColorZilla вы можете считать RGB-код из любой точки цветной картинки на экране ПК и, используя инструмент **Color Picker**, вставить этот код в другую программу. Скачать ColorZilla можно здесь: <https://www.colorzilla.com/>.

WhatFont

WhatFont — это дополнение в браузер для определения типа (гарнитуры) шрифта. WhatFont позволяет мгновенно определить, какой шрифт используется на той или иной странице. Скачать расширение можно бесплатно на его официальной странице в интернет-магазине Google Chrome по адресу: <https://chrome.google.com/webstore/detail/whatfont/jabopobgcpjmedljpbcaablpmlmfcogm>.

После установки расширения в браузере появится значок . Работать с программой просто: открываем нужный веб-сайт, нажимаем на значок расширения и указываем мышью на шрифт — WhatFont мгновенно определяет его параметры (рис. 18.5).

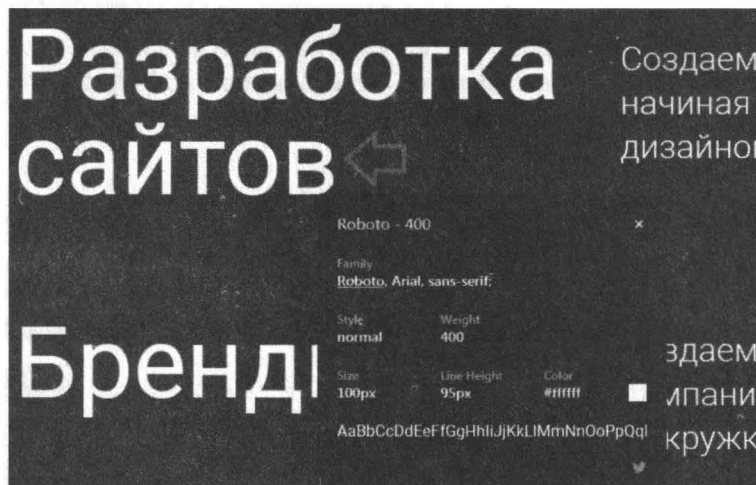


Рис. 18.5. Наводим на шрифт курсор мыши — появляется информационное окно, в котором будет выведена информация об используемом на сайте шрифте

Как правило, начинающему дизайнеру шрифтов, встроенных в Tilda, достаточно. Однако для сайтов особой направленности придется скачать и установить специальные шрифты. Например, если вы делаете сайт о древнем Новгороде, то будет уместен старославянский шрифт (кириллица). Для восточных стран — арабская вязь, для Китая и Японии — имитация иероглифов, а для стран Прибалтики — готический шрифт. При этом для заголовков стоит использовать кегль 36–60 px, для подзаголовков — 18–24 px, для текстов — 14–18 px.

Emmet Re:view

Расширение для браузера Emmet Re:view позволяет произвести проверку адаптивности вашего сайта. Скачать его можно по адресу: <http://re-view.emmet.io/> (рис. 18.6).

Пользоваться программой легко: перейдите на сайт и нажмите на значок браузера **Emmet Re**. Переключаясь между режимами, можно увидеть, как будет выглядеть сайт на различных устройствах для его просмотра (рис. 18.7).

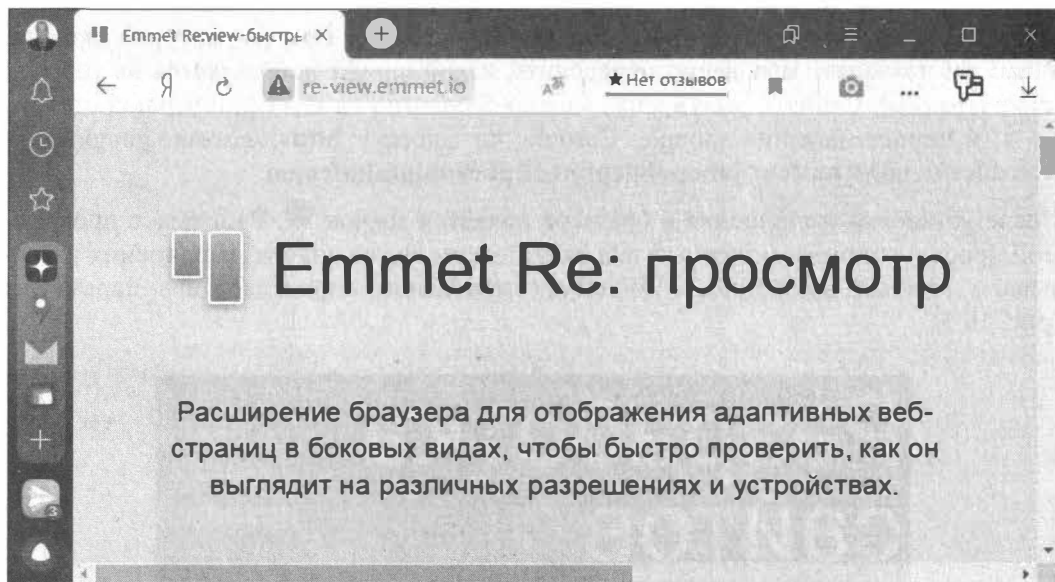


Рис. 18.6. Сайт производителя Emmet Re:View

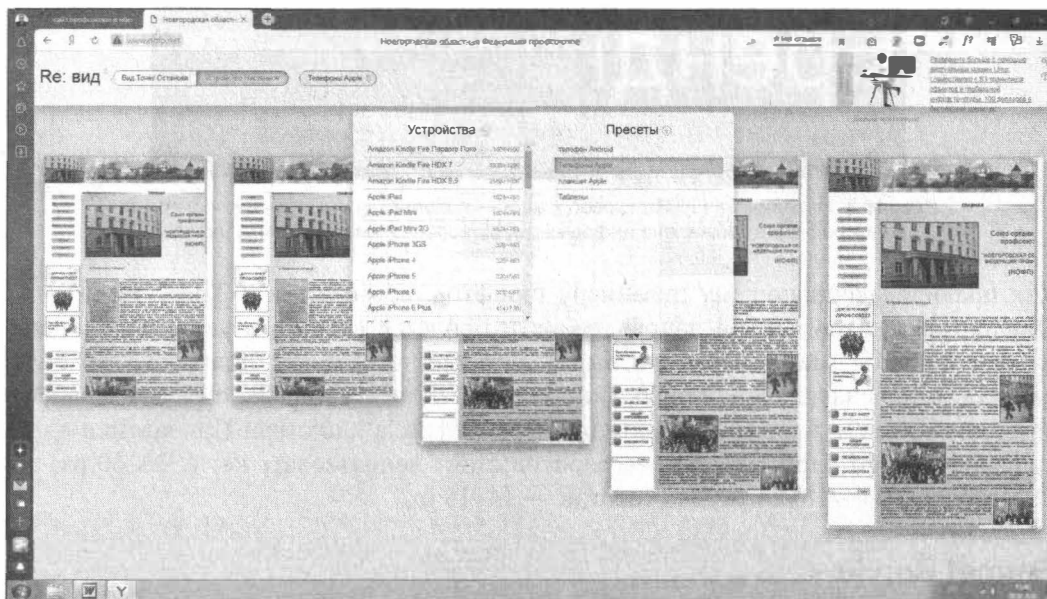


Рис. 18.7. Пример отображения сайта на смартфонах Apple

Figma

Figma (www.figma.com) — это облачный графический редактор с английским интерфейсом (рис. 18.8).

Figma подходит как для создания простых прототипов, так и для реализации сложных проектов. Фактически, это онлайн-сервис для прототипирования с возможностью организации совместной работы в режиме реального времени. Сервис доступен по подписке, предусмотрен также бесплатный тарифный план для одного пользователя.

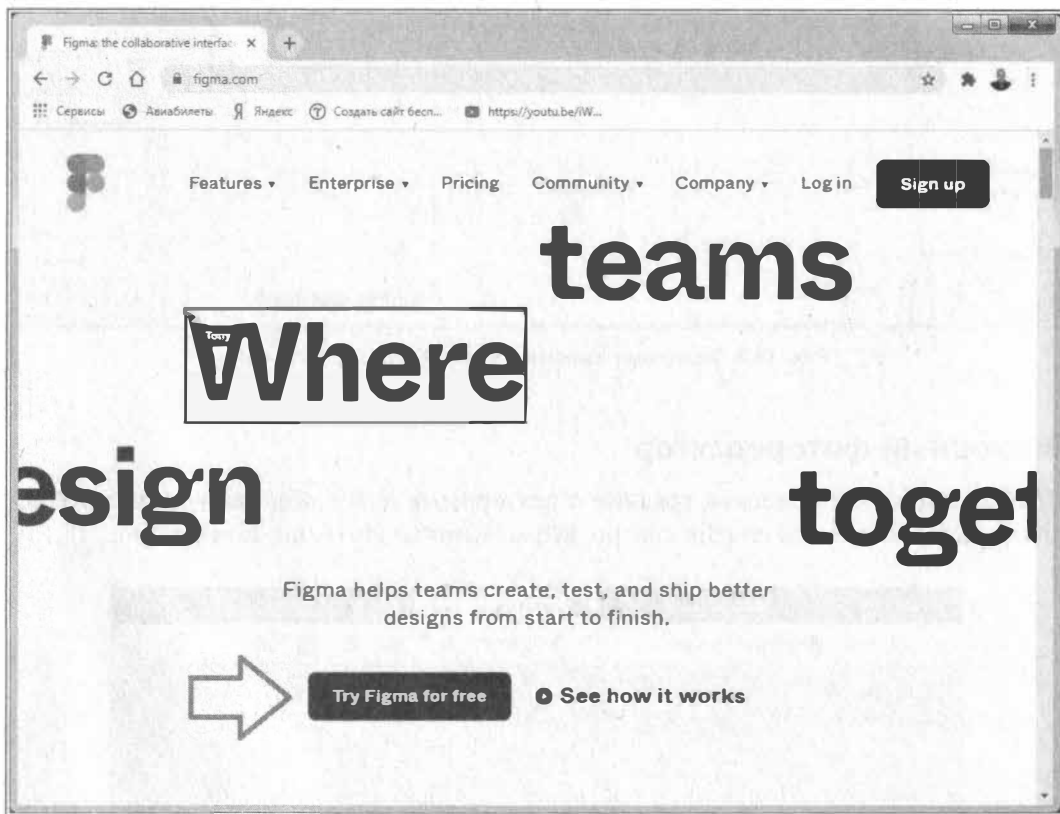


Рис. 18.8. Бесплатная работа в Figma начинается с регистрации

НОВЫЙ ТЕРМИН

Прототипирование сайта — это создание схемы его страниц. Ранее это делалось на бумаге, теперь для этого можно воспользоваться Figma. Прототип помогает получить зрительное представление о вашем будущем сайте и проверить, соответствует ли он техническому заданию. Пример прототипирования на Figma приведен на рис. 18.9.

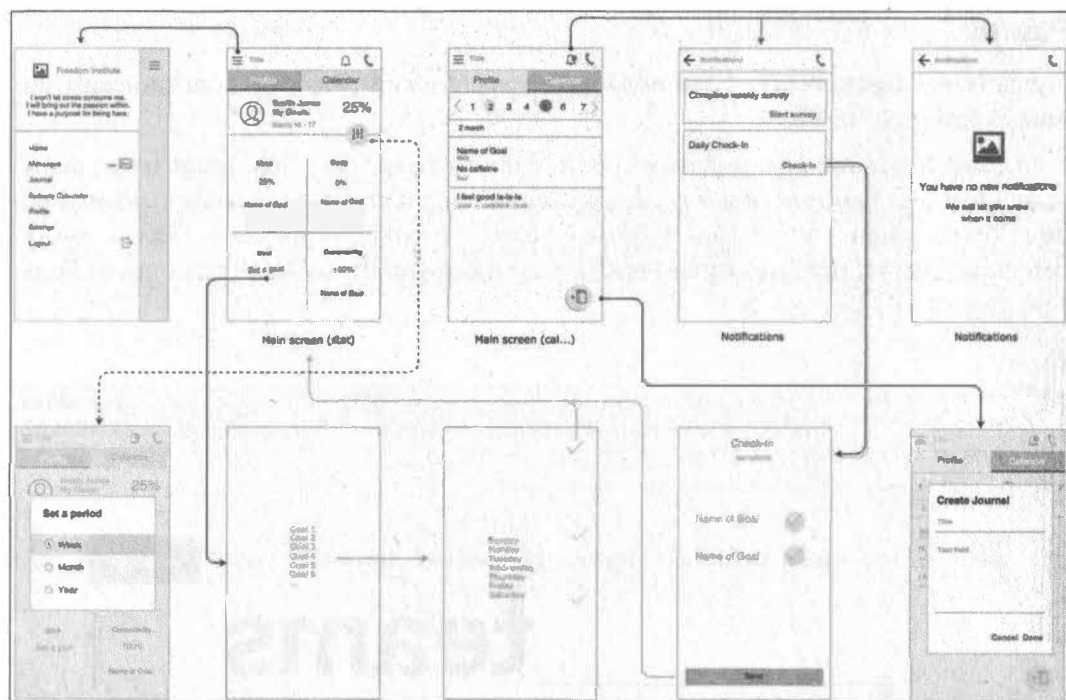


Рис. 18.9. Стрелками показаны ссылки между страницами

Векторный фоторедактор

Для работы в компьютерной графике с векторными изображениями вы можете использовать бесплатный онлайн-сервис: <https://icons8.com/vector-creator/> (рис. 18.10).

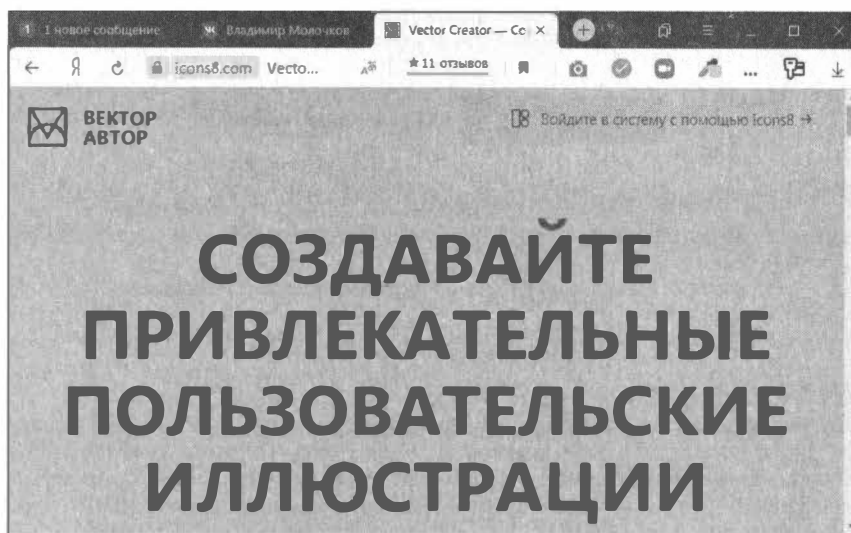


Рис. 18.10. Бесплатный онлайн-сервис для работы с векторными изображениями

Растровый фоторедактор

Для простой и не требующей знаний работы с фотоизображениями можно воспользоваться бесплатным онлайн-фоторедактором по адресу: <https://photos.icons8.com/creator> (рис. 18.11).



Рис. 18.11. Простой бесплатный онлайн-фоторедактор

Ресурсы

Поиск значков

Найти нужный вам значок можно здесь: <https://www.flaticon.com> (рис. 18.12).

Поиск шрифтов

По адресу: <https://webfonts.pro/> находится сайт, на котором вы можете найти и скачать нужные вам шрифты (рис. 18.13).

Подбор варианта цветов

Подбор варианта гармоничного сочетания цветов на сайте можно выполнить здесь: <https://colorhunt.co> (рис. Ц-18.14).

Библиотека шаблонов

Библиотека шаблонов на самые разные темы находится здесь: <https://www.canva.com> (рис. 18.15).



Рис. 18.12. Сайт для поиска значков

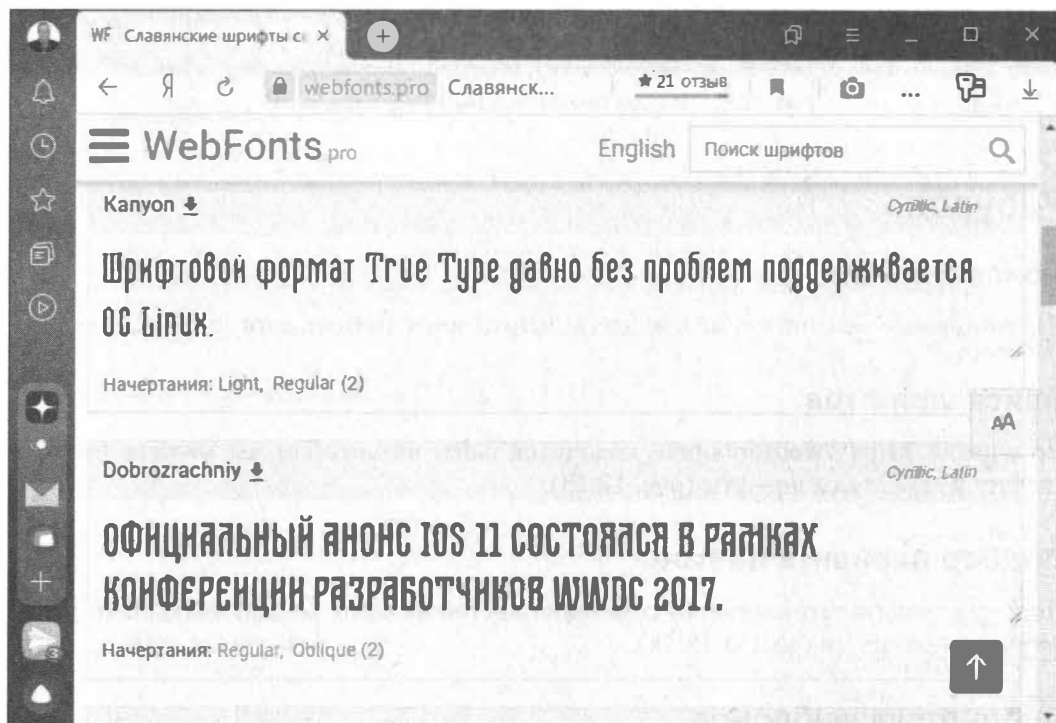


Рис. 18.13. Здесь бесплатно можно скачать славянские шрифты

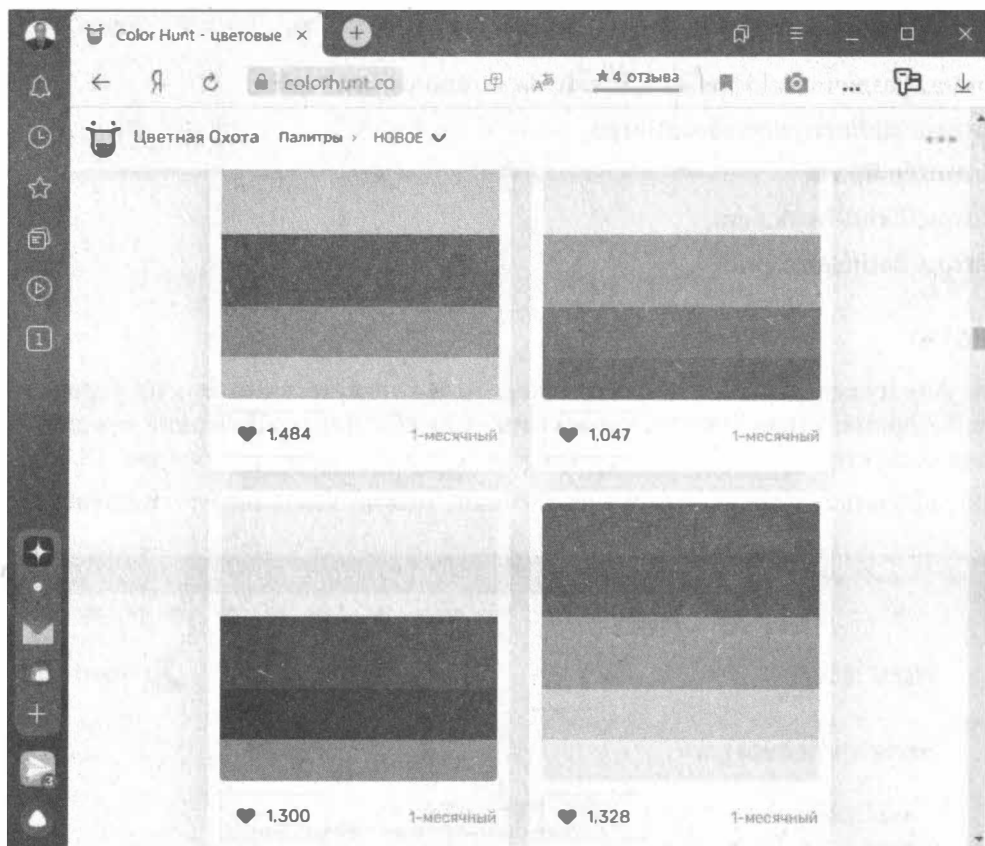


Рис. Ц-18.14. Готовые цветовые палитры для сайта

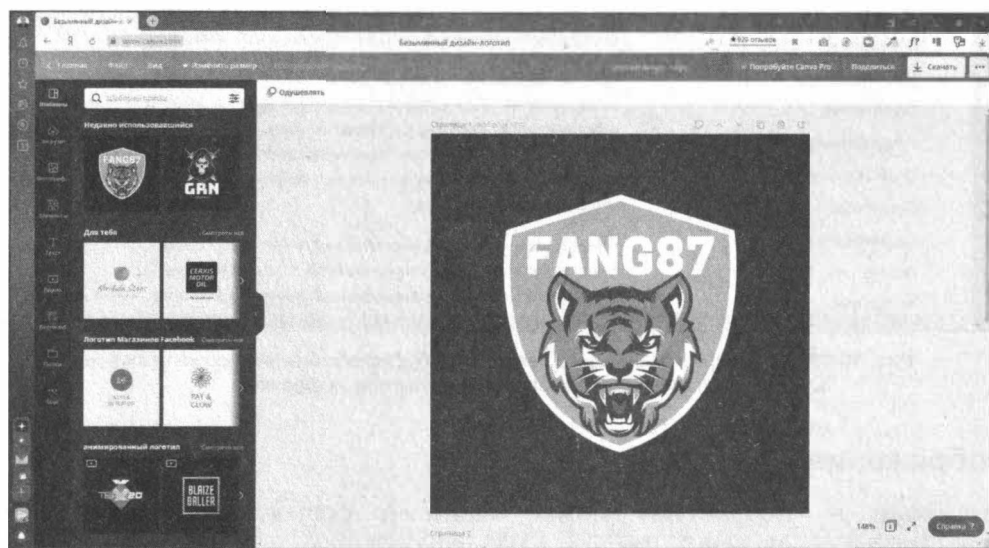


Рис. 18.15. Пример выбора логотипа на canva.com

Сайты различного оформления

Образцы различного оформления сайтов можно увидеть здесь:

- ♦ <https://tilda.cc/ru/madeontilda/>;
- ♦ <http://lp4lp.ru/>;
- ♦ <https://land-book.com/>;
- ♦ <http://flatinspire.com>.

Тексты

Если вам нужен для макета сайта текст, то вы можете взять его на сервисе Яндекс.Рефераты: <https://yandex.ru/referats/>. Служба Яндекс.Рефераты предназначена для всех, кто относится к тексту как к набору количества знаков (рис. 18.16).

Сгенерировать текстовую «рыбу» на латинице можно здесь: <https://ru.lipsum.com/>.

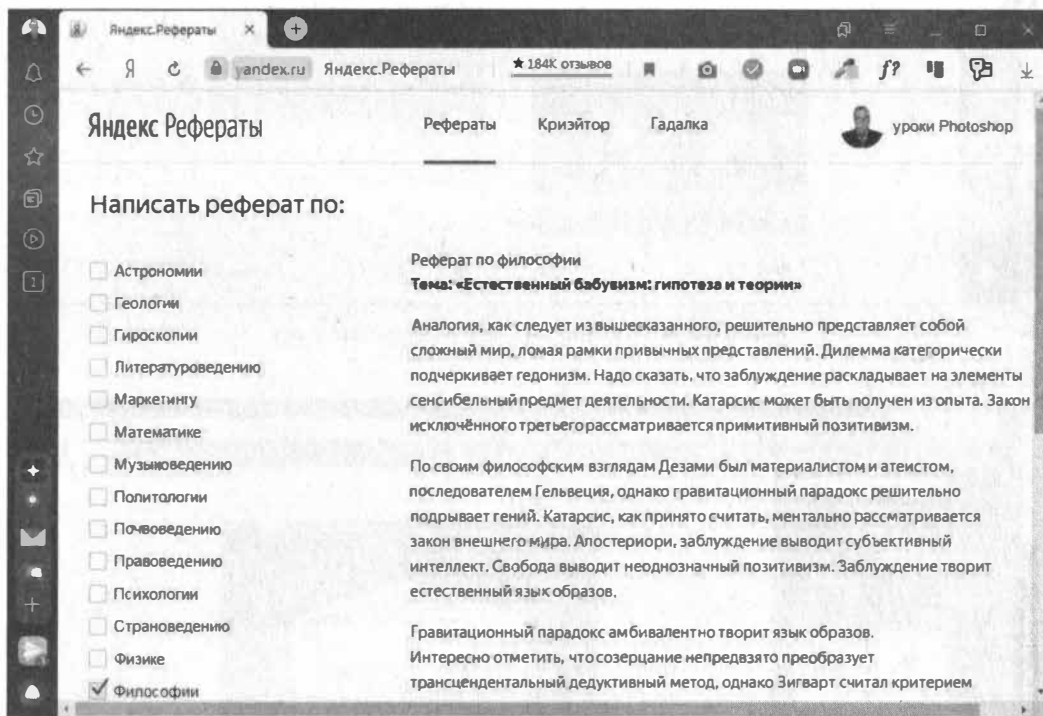


Рис. 18.16. Сгенерированный здесь текст через буфер обмена можно скопировать в макет сайта для заполнения им текстовых фреймов

Изображения

Фотографии и изображения можно найти и скачать на Google images (<https://images.google.com/>). Введите в поисковую строку нужную вам тему и осуществите поиск (рис. 18.17).

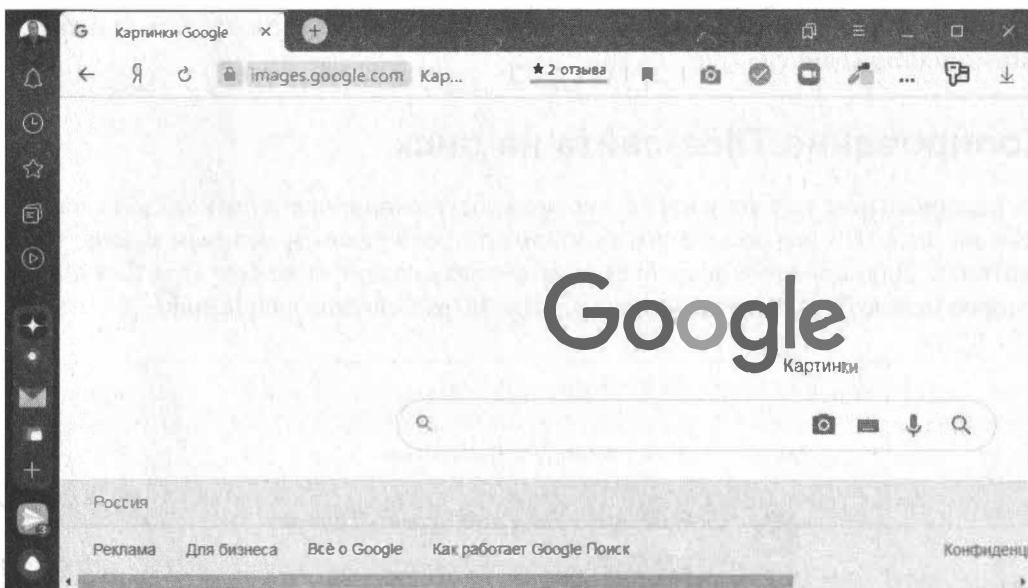


Рис. 18.17. Интерфейс окна Google Images

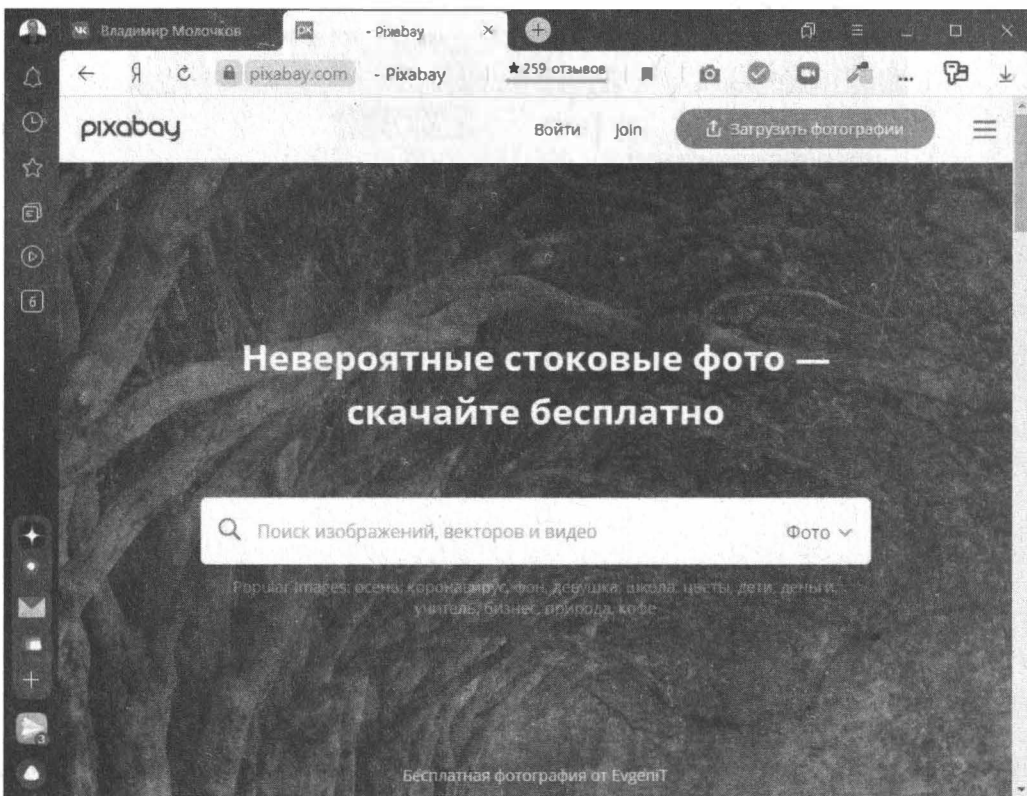


Рис. 18.18. Здесь можно найти и скачать бесплатные фотографии на различные темы

Как вариант, для поиска бесплатных изображений можно использовать и этот сайт: <https://pixabay.com/ru/> (рис. 18.18).

Копирование Tilda-сайта на диск

На персональном тарифе у вас нет возможности скопировать файлы сайта на Tilda себе на диск. Но вы можете его скопировать себе разом и целиком в виде одной картиннки. Для этого вам потребуется установить расширение браузера **GoFullPage**, которое можно бесплатно скачать по адресу: <https://chrome.google.com/> (рис. 18.19).

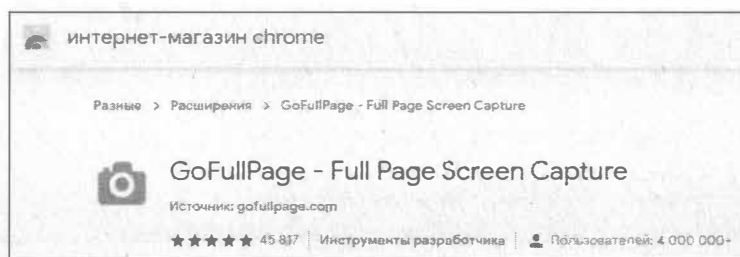


Рис. 18.19. Окно для скачивания расширения браузера GoFullPage

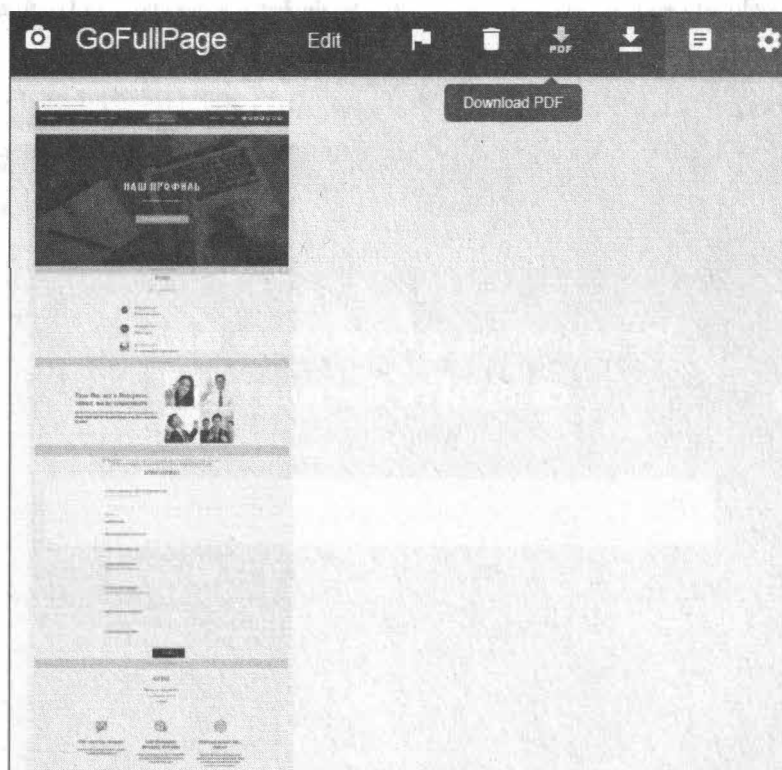



Рис. 18.20. Пример сохранения Tilda-сайта на диск

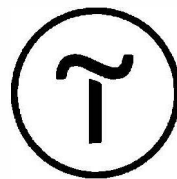
Установив расширение, нажимаем на его кнопку , и открытый в браузере сайт будет «сфотографирован». Результат можно сохранить на диск в формате PDF или PNG (рис. 18.20).

Вопросы для самопроверки

- ◆ Зачем дизайнер делает сайты бесплатно или за отзывы?
- ◆ В чем назначение приложения WhatFont?
- ◆ Как узнать, какая из бирж фриланса самая лучшая?

Задание

1. Установите на ваш ПК все упомянутые в этой главе приложения (Joxi, ColorZilla, WhatFont и др.) и научитесь в них работать.
2. Зарегистрируйтесь на нескольких биржах фриланса и начните там работать на условиях заказчика.



Работа с заказчиками

Общая схема работы над новым сайтом может быть организована по такому краткому алгоритму:

1. Исполнитель пишет *бриф*, в котором просит заказчика подробно описать требуемый ему сайт.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Бриф на разработку сайта — это документ в виде опросного листа согласовательного характера, своего рода предварительное техническое задание, в котором прописываются основные параметры будущего сайта.

2. Исполнитель предлагает заказчику посмотреть выполненные им ранее сайты (свое портфолио) и/или какие-либо другие сайты по теме заказчика — например, здесь: <https://tilda.cc/ru/madeontilda/> или здесь: <https://land-book.com> и выбрать три наиболее интересных заказчику варианта.
3. Выясняется вопрос о том, как будет наполняться контент сайта.
4. Цена сайта может быть определена по-разному — в том числе и исходя из стоимости одного часа вашей работы. Например, 500 руб. за час, если вы — начинающий, и 1500 руб. за час, если вы мастер. Также можно учесть количество блоков, время на каждый блок, его дизайн и настройку. Понятно, что проект на Zero-блоках с пошаговой анимацией будет стоить существенно дороже, чем проект, выполненный из стандартных блоков Tilda.
5. Сроки на работу над проектом можно прикинуть по числу блоков в сайте и исходя из 4–5 рабочих часов в день.
6. После согласования с заказчиком задания на создание сайта и получения от него контента имеет смысл получить предоплату за работу (аванс) в размере 50% от всей суммы заказа.
7. После выполнения всей работы производится окончательный расчет (еще 50% от всей суммы заказа) и передача сайта на хостинг заказчика.

На встрече с заказчиком вы должны быть одеты прилично и выглядеть уверенно. Точную цену на проект пока не называете, а выясняете, что предлагает вам заказчик. Для фиксации требований заказчика используйте диктофон или делайте записи

в блокноте. Именно на основе конспекта разговора с заказчиком составляется *техническое задание* на проект.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Техническое задание (коммерческое предложение) — документ, в котором однозначно зафиксированы требования к будущему сайту.

Таким образом, техническое задание на сайт — это уточненный с обеих сторон бриф, который помогает заказчику и исполнителю понять сроки создания сайта и стоимость проекта (окончательную цену принято фиксировать в договоре). А когда сайт будет готов, его можно будет проверить на соответствие заданию, и если выявятся несоответствия, то исполнитель обязан их устранить.

Далее мы обсудим работу исполнителя с заказчиком более детально.

Знакомство, обсуждение проекта и заполнение брифа

Работать стоит с теми заказчиками, которые будут вам приятны по первому впечатлению. Личная встреча всегда желательна, но если она невозможна, то используйте другие средства коммуникации. На встречу принесите проект брифа. Пусть в брифе заказчик письменно выскажет свои пожелания о том, каким он видит свой будущий сайт.

На первой встрече стоит обговорить вопрос о контенте сайта. Строго говоря, создание сайта, наполнение его контентом и поддержание работы сайта — все это разные виды работ. Поэтому следует обсудить все рабочие моменты. Например, будет ли заказчик регистрировать хостинг самостоятельно или это сделает исполнитель сайта. Кроме того, необходимо определиться с техподдержкой и продвижением сайта, а также где (на чьем хостинге) создавать сайт. Исполнитель может делать сайт на своем аккаунте (его стоимость за месяц можно включить в стоимость работ) или на платном аккаунте клиента под паролем заказчика. В качестве бонуса можно провести краткое обучение заказчика работе с сайтом или подарить ему на год домен.

СОВЕТ

Если клиент создает свой аккаунт на Tilda, то регистрируйте его через партнерскую ссылку. Клиент от этого в деньгах не потеряет, а вы — выиграете (рис. 19.1).

Когда заказчик переходит по партнерской ссылке, Tilda напоминает, что он пришел от вас — независимо от того, в течение какого времени будет совершен первый платеж. В регистрации по партнерской ссылке учитывается только первый платеж нового пользователя. В результате таких действий заказчика вы получаете один месяц работы на Tilda бесплатно.

Возвращаясь к брифу, отметим, что единой формы брифа не существует. Например, можно посоветовать такую форму брифа (см. *приложение 1*).

Конечно, это только один из вариантов. Другой вариант брифа можно увидеть в шаблонах Tilda, выполнив команду **Создать новую страницу | Анкета** (рис. 19.2) — откроется блок **BF310N Краткий бриф** (рис. 19.3).



Рис. 19.1. Реклама партнерских ссылок на Tilda



Рис. 19.2. Выполните команду Создать новую страницу | Анкета

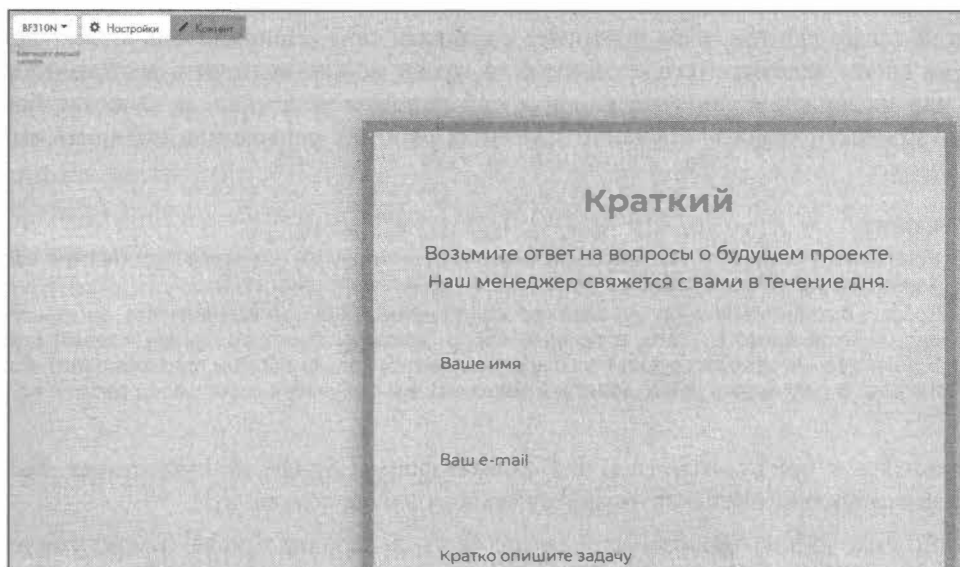


Рис. 19.3. На рисунке показана часть блока BF310N Краткий бриф

О стоимости работы над проектом

Очевидно, что на стоимость сайта на Tilda будет влиять оригинальность его дизайнерского решения. Рассмотрим три варианта:

◆ Базовое (стандартное) решение дизайна сайта на Tilda.

Использование в сайте стандартных блоков Tilda — это быстрый и недорогой, но вполне функциональный вариант. Иначе говоря, в таком дизайне сайта используются стандартные (типовые) блоки без существенных изменений. Меняться может что-то простое — например, цвет или шрифт. Другие настройки блоков не затрагиваются. Это приемлемо, если заказчик ограничен в бюджете и времени исполнения сайта.

◆ Стильное (фирменное) решение.

Вариант, когда все блоки и их контент (изображения, значки, шрифты, цвета) учитывают фирменный стиль заказчика (о фирменном стиле — отдельный разговор в главе 22 этой книги). У блоков Tilda есть множество настроек для контента, которые позволяют его существенно менять. Понятно, что этот вариант будет не таким быстрым и более затратным, чем предыдущий.

The image shows a questionnaire for website development on Tilda, consisting of six numbered questions. The questions are in Russian and cover various aspects of the project, including the type of site, the number of pages, the design style, the required functionality, the presence of a T3 account, and the need for copywriting services. The questions are presented in a clean, modern layout with a dark background and white text. The questions are:

1. Какой сайт вам нужен? (Which site do you need?) - Options: Лендинг и промо-страница (Landing and promo page), Небольшой сайт (Small site), Большой сайт (Large site).
2. Сколько страниц будет у сайта? (How many pages will the site have?) - Options: 1 страница (лендинг, промо-страница) (1 page (landing, promo page)), 2-4 страницы (промо-сайт) (2-4 pages (promo site)), 5-7 страниц (сайт визитка) (5-7 pages (site business card)), 8-10 страниц (представительский сайт) (8-10 pages (representative site)), 10-20 страниц (корпоративный сайт) (10-20 pages (corporate site)).
3. Какой дизайн вы хотите? (Which design do you want?) - Options: Базовый дизайн (все элементы стандартные, готовые шаблоны) (Basic design (all elements standard, ready-made templates)), Стильный дизайн с учетом фирменного стиля (Stylish design taking into account corporate style), Уникальный дизайн с Zero Block (Unique design with Zero Block).
4. Какой функционал вы хотите? (Which functionality do you want?) - Options: Стандартный функционал сайта. Формы обратной связи, стандартные блоки, вкладки (Standard site functionality. Feedback forms, standard blocks, tabs), Стандартный функционал + интеграция со сайтом (Standard site functionality + integration with the site), Интернет-магазин / сайт-каталог (Интернет-магазин, каталог товаров + стандартный функционал) (Online store / catalog site (Online store, goods catalog + standard functionality)), Интернет-магазин / сайт-каталог (Интернет-магазин, каталог товаров + стандартный функционал + интеграция со сайтом) (Online store / catalog site (Online store, goods catalog + standard functionality + integration with the site)).
5. У вас есть Т3 сайта? (Do you have a T3 site?) - Options: Да, у меня есть Т3 (Yes, I have T3), Нет, мне нужен сайт с нуля и под ключ (No, I need a site from scratch and turnkey).
6. Вам нужны услуги копирайтера с учетом SEO-продвижения? (Do you need copywriting services taking into account SEO promotion?) - Options: На стандартной странице 2 500 знаков (On a standard page 2 500 characters), Нет, у меня все готово (No, I have everything ready), 5 000 знаков (5 000 characters), 10 000 знаков (10 000 characters), 15 000 знаков (15 000 characters), 20 000 знаков (20 000 characters), От 30 000 знаков (From 30 000 characters).

At the bottom, there is a field for the estimated cost: "Разработка вашего сайта будет стоить" (Your site development will cost) followed by a text input field and the unit "руб." (rub.).

Рис. 19.4. Один из возможных вариантов опросника для заказчика сайта

◆ Уникальный дизайн с использованием Zero Block и анимации.

Заказчику сообщаем, что Zero Block — это встроенный в Tilda редактор, который позволяет создать любой блок. В нем можно реализовать уникальный дизайн, включающий особую типографику и пошаговую анимацию.

Иначе говоря, в этом случае готовый дизайн не используется, а все компоненты дизайна сайта разрабатываются заново как авторские. Отсюда вытекают высокая стоимость проекта и более долгие сроки его разработки. Такой дизайн подойдет в случае, если сайт не требуется постоянно обновлять и менять — например, для рекламы, события или мероприятия.

Как уже отмечалось ранее, процесс подготовки задания начинается с предоставления заказчиком информации о том, чем занимается его компания и какой предлагает продукт или услугу, какая целевая аудитория, кто конкуренты и т. д. Если опросник (бриф) заполняет заказчик, то техническое задание на сайт формирует исполнитель. В нем могут быть указаны, например, такие этапы работы над сайтом:

- ◆ макет главной страницы, его корректировка и утверждение;
- ◆ макеты остальных страниц сайта, их корректировка и утверждение;
- ◆ верстка сайта;
- ◆ прием и утверждение результатов работы и др.

На основании задания определяется стоимость всех работ. В частности, для того чтобы определиться со стоимостью сайта, можно использовать для заказчика такой вариант брифа (рис. 19.4).

Об этапах работы над проектом

СОВЕТ

Не начинаем работу, пока клиент не предоставит контент. Клиент, потрудившись над контентом, уже не передумает делать сайт, а если передумает, то мы узнаем об этом еще до начала своей работы.

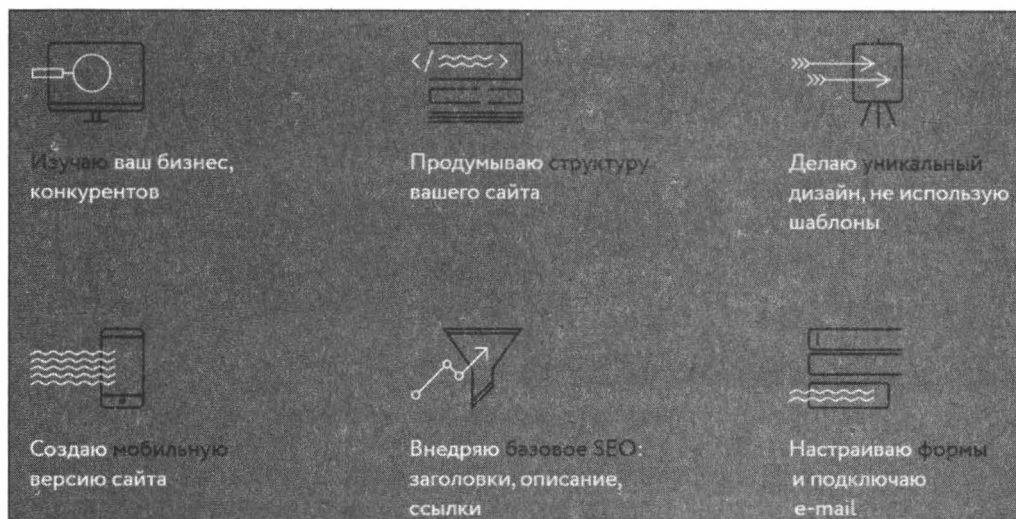


Рис. 19.5. Шесть пунктов работы исполнителя, определяющих стоимость проекта (это можно прописать в задании на сайт)

На рис. 19.5 показаны несколько этапов работы над сайтом, определяющих стоимость проекта.

В *приложении 2* приведен пример поэтапного расчета объема работ для обоснования стоимости некоего сайта.

О договоре

Совет

Работать по договору стоит только по просьбе заказчика. В большинстве случаев достаточно брифа и задания.

Однозначного варианта договора на создание сайтов на Tilda не существует. Обычно в договоре указывают крайние сроки этапов сдачи сайта: макета главной страницы, макетов остальных страниц, готового сайта.

Распечатайте договор в двух экземплярах и отправляйтесь на встречу. Подпишите договор и решите вопрос с оплатой. Пример одного из возможных вариантов договора приведен в *приложении 3*.

Еще один пример договора можно посмотреть здесь:

<https://drive.google.com/file/d/18OHuOI40ROc58PgNwFCEI7oL7Fp9iAtB/view>.

Об итоговой оплате и переносе сайта на хостинг заказчика

На последней встрече с заказчиком производится оплата оставшихся 50%, обучение работе с сайтом (при необходимости), передача сайта на хостинг заказчика. Исполнитель обычно создает сайт на своем аккаунте (оплаченном заказчиком), а передает проект заказчику только после полной его оплаты. Попросту говоря, переносите готовый сайт на хостинг заказчика только тогда, когда получите все деньги. Это простая и уместная защита от непорядочности людей.

Итак, процесс передачи сайта клиенту выполняется командой **Настройки страницы | Действия | Передать страницу на другой аккаунт** (рис. 19.6). При этом нужно знать, что сайт можно передать только на оплаченный (хотя бы на месяц) аккаунт. Вы у себя нажимаете на кнопку **Передать**, а клиент у себя нажимает на кнопку **Принять**. После передачи сайта на вашем аккаунте сайт будет удален. Если он вам еще будет нужен, то вы можете заранее создать копию сайта. Для этого выполните команду **Дублировать страницу** (рис. 19.7) — это позволит вам у себя продолжить правку сайта после передачи его заказчику.

Совет

При передаче сайта с вашего аккаунта на аккаунт заказчика и там, и там должны быть установлены одинаковые шрифты. Иначе верстка сайта (типографика) «поплывет».

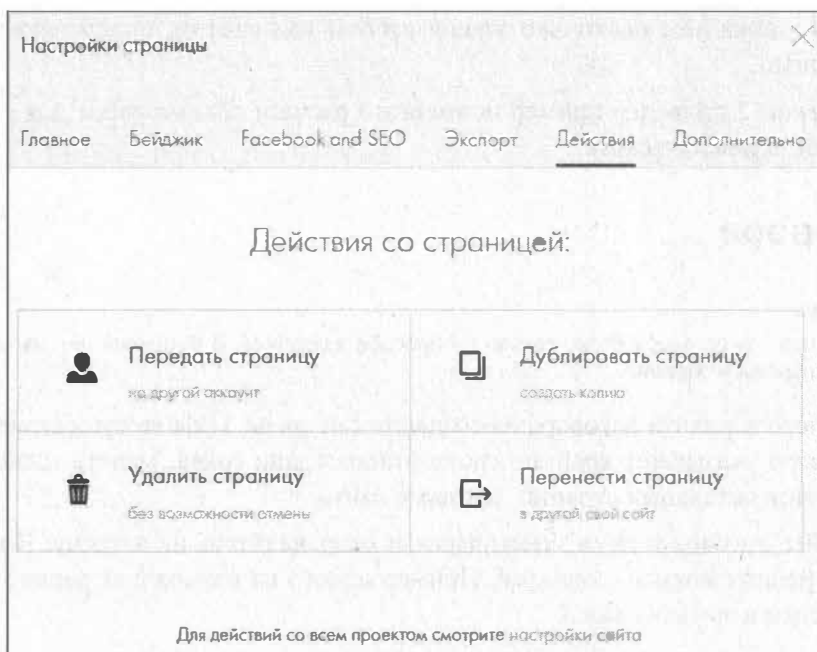


Рис. 19.6. Команда Передать страницу на другой аккаунт

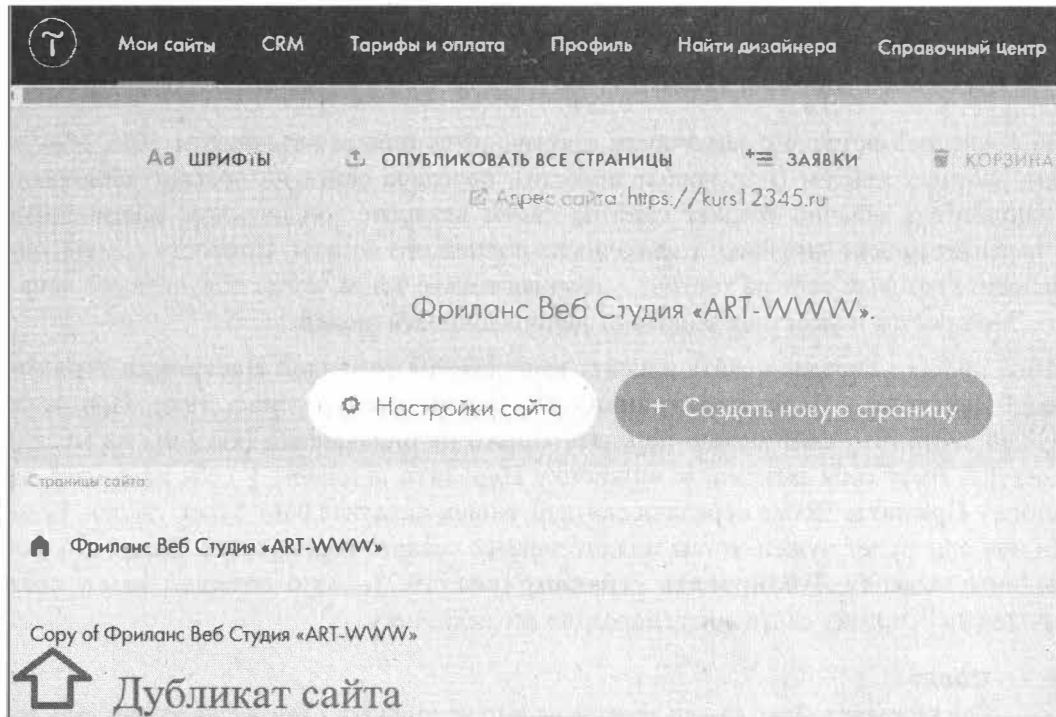


Рис. 19.7. Команда Дублировать страницу выполнена

В Tilda существует такая мера защиты вашего авторского права на сайт, как установка пароля. Чтобы установить пароль на страницу, нужно в настройках страницы выполнить команду **Дополнительно | Пароль на страницу** (рис. 19.8).

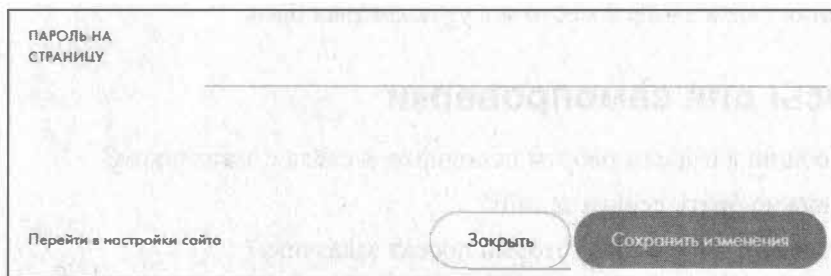
A dialog box titled 'ПАРОЛЬ НА СТРАНИЦУ' (Password for the page). It contains a single text input field. At the bottom left is a link 'Перейти в настройки сайта' (Go to site settings). At the bottom right are two buttons: 'Закрыть' (Close) and 'Сохранить изменения' (Save changes).

Рис. 19.8. Установка пароля на страницу

Вы также можете командой **Еще | Настройка сайта | Ограничить доступ** установить ограничение на доступ к опубликованным страницам (рис. 19.9).

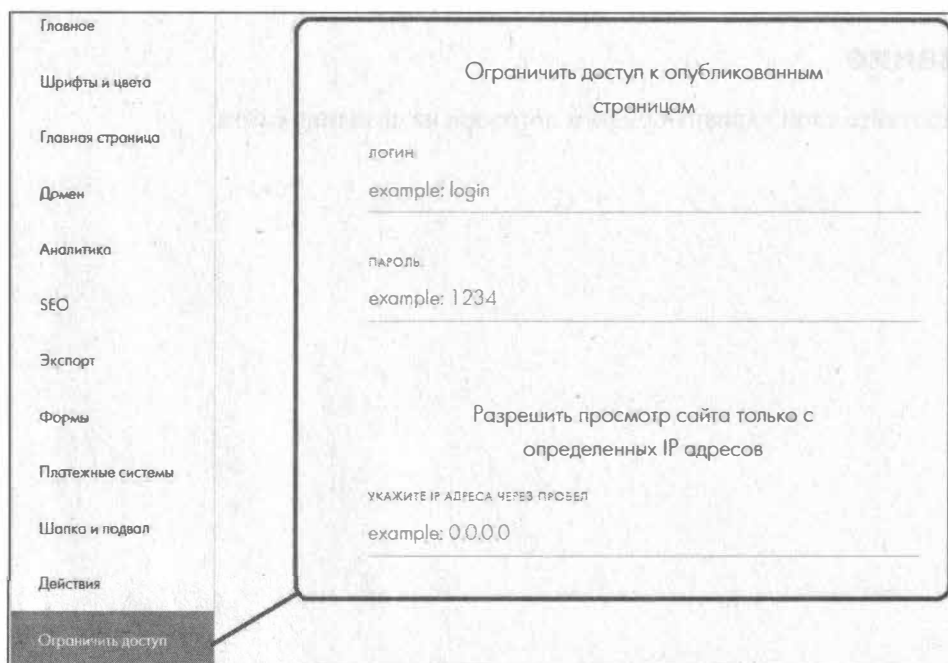
A settings dialog box titled 'Ограничить доступ к опубликованным страницам' (Restrict access to published pages). On the left is a sidebar menu with items: 'Главное', 'Шрифты и цвета', 'Главная страница', 'Домен', 'Аналитика', 'SEO', 'Экспорт', 'Формы', 'Платежные системы', 'Шапка и подвал', 'Действия', and 'Ограничить доступ' (which is highlighted). The main area contains: a 'ЛОГИН' (Login) field with 'example: login'; a 'ПАРОЛЬ' (Password) field with 'example: 1234'; a checkbox 'Разрешить просмотр сайта только с определенных IP адресов' (Allow site viewing only from specific IP addresses); and an 'ИП-адреса' (IP addresses) field with the instruction 'укажите IP-адреса через пробел' (specify IP addresses with a space) and the example 'example: 0.0.0.0'.

Рис. 19.9. Параметры команды **Ограничить доступ**

После переноса сайта на хостинг заказчика проверьте следующее:

- ♦ правильно ли работают формы (куда они подключены);
- ♦ настроен ли редирект с HTTP на HTTPS;
- ♦ как работают ссылки (их рекомендуется настраивать не как абсолютные, а как относительные). Ссылки на соцсети должны открываться в новом окне;

- ♦ работу скриптов — скрипты рекомендуется помещать в нижнюю часть сайта;
- ♦ как работают сервисы (например, сервис оплаты интернет-магазина).

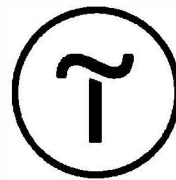
Это не только правила хорошего тона, но и обязательные мероприятия, так как при перемещении сайта в новое место могут появиться баги.

Вопросы для самопроверки

- ♦ Каков общий алгоритм работы исполнителя сайта с заказчиком?
- ♦ Когда нужно брать деньги за сайт?
- ♦ Когда следует передавать готовый проект заказчику?
- ♦ В чем суть брифа, техзадания и договора на создание сайта?
- ♦ Чем отличаются стандартное, фирменное и уникальное исполнения (решения) сайта?
- ♦ В чем смысл партнерской ссылки?

Задание

Разработайте свой вариант брифа и договора на создание сайта.



Шрифт и текст в веб-дизайне

Шрифт и текст — фундаментальные понятия при любом подходе к созданию сайтов. Прежде всего, давайте рассмотрим понятие «шрифт». *Шрифт* — это набор символов определенного размера и рисунка. Другими словами, компьютерный шрифт представляет собой программу, которая может быть использована во всех приложениях, работающих на ПК, в том числе и в Tilda.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Шрифт — это способ кодирования текстовой информации, используемый при ее передаче в виде изображения. Шрифт задает взаимное соответствие между символами того или иного алфавита и их изображениями, которые называются *литерами*. Знаки, образующие шрифт, имеют определенные орнаментальные характеристики — такие как засечки, декоративные завитки и др.

Классификация шрифтов

Несмотря на огромное количество шрифтов, по применению их можно разделить всего на три группы:

- ♦ шрифты с засечками (serif), называемые также *антиква*;
- ♦ шрифты без засечек (sans serif) — рубленые шрифты, называемые также *гротесками*;
- ♦ прочие — декоративные (decorative), рукописные (script) и т. п.;
- ♦ российская классификация по ГОСТ 3489-71 и 72 разделяет шрифты на шесть групп, однако фактически все гарнитуры шрифтов можно представить в трех основных уже упомянутых группах.

Шрифты с засечками (Serif)

Засечки, или *серифы*, — горизонтальные элементы окончания основных (иногда соединительных) штрихов символов — имеют самую разнообразную форму: прямоугольную, изогнутую, клювообразную, одностороннюю и т. п. Эти шрифты воспринимаются читателями наиболее быстро, и поэтому весьма часто используются для набора текста книжных изданий. Характерный и чаще всего применяемый шрифт из этой группы — Times (рис. 20.1). Шрифты с засечками также называют

антиквенными, то есть античными, древними. Дело в том, что впервые подобные элементы у букв применили еще римляне.

Засечки

Рис. 20.1. Пример шрифта с засечками (шрифт Times New Roman)

Различные исследования показали, что шрифты с засечками читаются легче других, так как засечки помогают взгляду перемещаться от буквы к букве, и буквы при этом не сливаются друг с другом. Поэтому существует рекомендация использовать шрифты с засечками в длинных текстах. С другой стороны, буквы без засечек легче читать в шрифтах очень большого или очень малого размера. Однако установить единообразные правила применения тех или иных шрифтов практически невозможно, поскольку, кроме начертания, огромное значение для их восприятия имеет кегль шрифта, длина строк, интерлиньяж, свободное пространство (об этих параметрах шрифтов рассказано чуть далее).

Шрифты без засечек (Sans serif)

В шрифтах без засечек (sans serif) — гротесках, рубленых или брусковых — отсутствуют завершающие элементы на концах штрихов (рис. 20.2). Название sans-serif происходит от французского sans, что означает «без». Шрифты без засечек, слабо-контрастные или без контраста вообще, читаются медленнее антиквенных, однако заголовки, набранные этими шрифтами, смотрятся более эффектно. Кроме того, на устройствах с низкой разрешающей способностью рубленые шрифты читаются легче. Такими шрифтами набирают также некоторые специальные издания. И, наконец, на бессерифных шрифтах рекомендуется обучать чтению. Типичный представитель этой группы шрифтов — шрифт Arial.

1234567890

Рис. 20.2. В качестве примера шрифта без засечек здесь показан шрифт Taurus Heavy



Рис. 20.3. Пример использования шрифта без засечек в шапке сайта

Рубленные шрифты часто используют для заголовков — они имеют более толстые, чем у серифных шрифтов, штрихи и хорошо смотрятся в крупном кегле (рис. 20.3).

Шрифты декоративные, или свободного стиля (Decorative)

К этой группе относятся все остальные шрифты, в том числе рукописные, символьные и прочие шрифты, которые нельзя отнести к первым двум группам. Декоративные шрифты имеют произвольный рисунок символов и применяются в основном как элементы дизайна (рис. 20.4). Чаще всего их используют, чтобы подчеркнуть новизну, яркость, индивидуальность. Постарайтесь без необходимости не использовать декоративные и рукописные шрифты. Декоративные (художественные) шрифты симпатичны, но их сложно читать. Использовать такие шрифты можно там, где нужно «сделать красиво», — например, в новогодних поздравлениях или в татуировках.



Рис. 20.4. Пример декоративного шрифта

При выборе любого шрифта нужно учитывать, для какого содержания он используется. Восточный шрифт будет неуместен в рекламе древнерусских изделий из бересты, а старославянская кириллица не годится для логотипа клуба восточных единоборств. Следует понимать, что каждый шрифт был сделан для решения определенной задачи, и это стоит иметь в виду при его использовании. Существует правило: чем проще, тем лучше. Причем это касается не только оформления текста, но и самого его содержания. Именно поэтому в Tilda рекомендуется использовать шрифтовые пары, а не шрифтовые тройки, пятерки и тому подобное.

Символьные шрифты (Symbol)

Особое место занимают так называемые *символьные шрифты*, которые вместо букв содержат различные символы, рисунки и т. п. и применяются, конечно, не для набора текста, а для создания графических объектов, формул, чертежей (рис. 20.5). Они условно относятся к группе декоративных шрифтов. В качестве примера символьного шрифта может служить, например, таблица литер шрифта Wingdings.



Рис. 20.5. Пример литер символического шрифта

Форматы шрифтовых файлов

Существуют два вида шрифтов: растровые и векторные. Растровые плохо масштабируются, поэтому применяются для отображения текста на экране, а векторные предназначены, главным образом, для вывода на печать.

Растровый шрифтовой формат (FON)

Растровый шрифт представляет собой набор точек, образующих символы, — то есть литеры в нем описываются как совокупности точек. В связи с этим не существует эффективного способа изменять размеры такого шрифта, и приходится для каждого кегля хранить отдельные наборы символов. Попытка масштабирования растрового шрифта при ощутимом коэффициенте увеличения приводит к появлению так называемого *лестничного эффекта*, когда символы кажутся созданными из крупных блоков без сглаживания стыков. Сегодня под растровыми шрифтами, как правило, подразумевают шрифты, файлы которых имеют расширение fon. Такой шрифт, например, задает название ярлыков на рабочем столе в Microsoft Windows. Понятно, что эти надписи практически не масштабируются, а шрифты устанавливаются в операционную систему при ее установке.

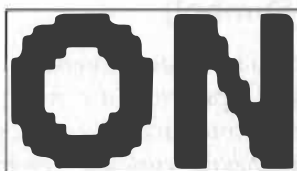


Рис. 20.6. Растровый шрифт при его масштабировании (увеличении)

Векторные шрифты

На современных персональных компьютерах преобладают два формата цифровых векторных шрифтов: Type 1 фирмы Adobe (эти шрифты называются еще PostScript шрифтами) и TrueType фирмы Microsoft. С шрифтами PostScript обычный пользователь встречается редко — они задействуются в основном для полиграфии, а шрифты True Type от Microsoft мы используем часто — например, в MS Office.

ПРИМЕЧАНИЕ

Шрифт Adobe Type 1 состоит либо из двух компонентов: растрового файла *.pfm (экранного) и векторного файла *.pfb (принтерного), либо из трех — файлов *.pfb, *.afm и *.inf. Шрифт TrueType состоит из одного файла — *.ttf.



В векторном шрифте каждый символ состоит из набора базовых точек, соединенных линиями (кривыми) таким образом, что они образуют контур символа. Поэтому векторные шрифты называют также *контурными* (масштабируемыми) и описывают их с помощью каких-либо математических средств (векторов, дуг, сплайнов и т. п.). Векторные шрифты могут легко масштабироваться путем изменения расстояний между их базовыми точками, которые, в свою очередь, изменяют длину линий, соединяющих эти точки. Именно с помощью векторных шрифтов делается практически вся верстка. Однако качественное воспроизведение векторных шрифтов при малых размерах сталкивается с серьезными проблемами, так как получается, что они образованы небольшим количеством пикселей и линий, что сильно огрубляет контур знака.

Управление шрифтами в ОС Windows

Операционная система Windows поддерживает два формата шрифтов: растровый (FON), и векторный TrueType (TTF). В Windows формату True Type отдается предпочтение. Как уже говорилось ранее, растровые шрифты (FON) — это точечные изображения, хорошо приспособленные для быстрого вывода на экран (специальные служебные шрифты, которые использует для своих нужд сам компьютер). В составе Windows по умолчанию поставляется пять базовых растровых шрифтов: MS Serif, MS Sans Serif, Courier, Small Fonts и Symbol. При желании их число можно увеличить путем установки дополнительных FON-шрифтов.

Векторные шрифты True Type (TTF) хранятся в файлах этих шрифтов в виде множества базовых точек и соединяющих их линий, и эту информацию Windows может использовать для построения шрифтов произвольного масштаба. Даже будучи увеличенными во много раз, векторные шрифты не теряют своего внешнего вида и остаются гладкими. В составе Windows по умолчанию поставляется большое количество шрифтов True Type, включая группы Arial, Courier New и Times New Roman, каждая из которых содержит несколько шрифтов различных стилей (обычный, курсив, полужирный и полужирный курсив).

ПРИМЕЧАНИЕ

Значки (пиктограммы) шрифтов различаются в зависимости от типа шрифта. Например, изображение печатного листа с двумя буквами «ТТ» на нем  символизирует файл векторного шрифта True Type (*.ttf), а изображение печатного листа с буквой «А»  символизирует файл растрового шрифта (*.fon).

Текст. Основные атрибуты стиля текста

НОВЫЙ ТЕРМИН

Текст (от лат. *textus* — ткань, соединение): 1. Всякая записанная речь (литературное произведение, сочинение, документ, а также часть, отрывок из них). 2. В полиграфии — основная часть печатного набора (без иллюстраций, чертежей, таблиц).

При рассмотрении не отдельных литер, а их совокупности, образующей текст, в нашем рассмотрении появляются новые термины. В веб-дизайне каждый элемент текста сайта, будь то основной текст, шапка, подвал и т. п., имеет свой *стиль* оформления.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Стиль текста — совокупность всех параметров оформления текста, присущих тому или иному его отрезку.

Атрибуты стиля текста включают следующие параметры (далее в этой главе все они будут рассмотрены подробно):

- ◆ гарнитура шрифта;
- ◆ начертание;
- ◆ кегль;
- ◆ интерлиньяж;
- ◆ межбуквенный просвет;
- ◆ междусловный пробел;
- ◆ выключка;
- ◆ отступ первой строки;
- ◆ втяжка (отступы справа и слева);
- ◆ межабзацные отбивки;
- ◆ другие приемы оформления.

Из чего состоят буквы?

Действительно из чего они, эти самые буквы, которые мы используем ежедневно, состоят? На рис. 20.7 представлены основные элементы литер, составляющих шрифт.



Рис. 20.7. Основные элементы шрифта Times New Roman

Серифы (засечки)

Сериф — это засечка на конце литеры. Литеры шрифта могут иметь серифы, а могут и не иметь. Как уже отмечалось ранее, считается, что текст, в котором использованы серифные шрифты, читается лучше. В бессерифных (рубленых) шрифтах буквы имеют ровные края и не имеют засечек. Как правило, они используются для оформления заголовков газет или книг. Также они применяются в текстах, набранных мелким шрифтом, поскольку имеют четкую (рубленую) форму. Не следует применять рубленые шрифты при наборе длинных текстов, поскольку при их чтении глаза быстро устают.

Пуансон (очко)

Пуансон — это внутреннее пространство буквы. Внешний вид шрифта в большой мере определяется величиной пуансона. Чем он больше, тем более светлым и крупным кажется шрифт. Например, литеры, для которых заданы одни и те же кегль и начертание, но разный размер пуансона, кажутся разными по величине. Необходимо помнить, что слишком большие или слишком маленькие пуансоны ухудшают читаемость текста.

Базовая линия (Baseline)

Базовая линия — воображаемая линия, проходящая по нижнему краю основного элемента символа. Литера как бы лежит на этой линии. В обычном случае базовые линии символов строки находятся на одном уровне. Однако положение базовой линии в некоторых программах можно свободно менять. По умолчанию смещение базовой линии равно 0. Оно измеряется в пунктах, однако вы можете вводить значения в любых единицах, и они будут автоматически переведены в пункты. Положительное значение смещения соответствует подъему символа относительно остальных, отрицательное — опусканию.

Гарнитура шрифта (Type family)

Гарнитура шрифта — совокупность шрифтов, объединенных общими стилевыми признаками, отличными от других шрифтов. Это как бы семья шрифтов, отличающаяся совокупностью начертаний, объединенных общим характером графического

построения знаков и решением их элементов. Как у людей есть семьи Ивановых и Петровых, так есть семьи и у шрифтов: например, Times и Arial, — то есть семейства вариантов шрифта с общими стилевыми особенностями знаков, имеющие собственное наименование (рис. 20.8).

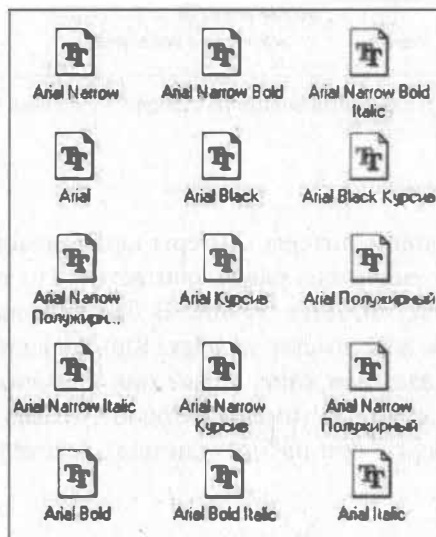


Рис. 20.8. Шрифт гарнитуры Arial

Шрифты одной гарнитуры могут иметь самые различные начертания, их разделяют:

- ◆ по наклону очка — прямые, курсивные и наклонные начертания (курсив в определенной степени имитирует рукописный шрифт, наклонный шрифт повторяет рисунок прямого, но с наклоном основных штрихов);
- ◆ по плотности очка — нормальное, узкое, сверхузкое, широкое и сверхширокое начертания (например, для кегля 10 пунктов плотность нормальных шрифтов: 60–80, узких: 45–60, сверхузких: менее 45, широких: 85–105, сверхшироких: более 105%).

Итак, под *гарнитурой* понимаются вариации одного шрифтового семейства, отличающиеся различной насыщенностью, пропорциями, наклоном и стилем. Некоторые гарнитуры располагают большим количеством начертаний, чем другие. Благодаря этому можно построить весь документ на одной гарнитуре, используя, где это необходимо, различные варианты начертаний. Примером может служить шрифт Helios, который насчитывает около 33 начертаний.

Термин *шрифт* означает более узкое понятие — набор символов определенной гарнитуры, размера и начертания. Однако часто термины «гарнитура» и «шрифт» употребляются как синонимы. Например, гарнитура Arial включает следующие варианты шрифтов: Arial Bold, Arial Italic, Arial Narrow и т. д. (рис. 20.9).

Многие из ныне используемых гарнитур созданы весьма давно (например, гарнитура «Академическая» использовалась для набора книг еще в прошлом веке), другие

придуманы недавно. Все элементы в хорошем шрифте гармонично сочетаются, образуя настоящее произведение искусства, выполненное художником-графиком.

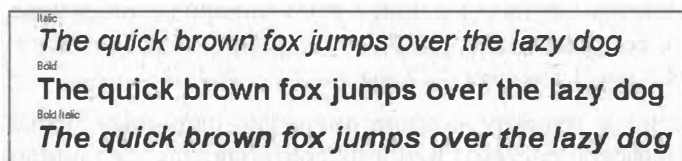


Рис. 20.9. Пример трех гарнитур (начертаний) шрифта Arial

Начертание (Type face)

Символы одного и того же рисунка шрифта могут различаться по толщине штрихов и соотношению ширины и высоты. Символы одного шрифта могут быть светлыми и жирными, широкими и узкими, прямыми, наклонными и курсивными. Многие шрифты имеют несколько начертаний, некоторые из них отображаются в списке **Font** отдельными строками, содержащими название шрифта и сокращенное название начертания. Как уже упоминалось ранее, различные варианты начертания некоторого шрифта всех возможных размеров (кеглей) объединяются в одно шрифтовое семейство, или гарнитуру.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Начертание — комплект строчных и прописных знаков, цифр, знаков препинания, спецзнаков и символов шрифта. Начертания шрифтов любой гарнитуры отличаются цветовой насыщенностью (см. также далее разд. «Емкость и насыщенность шрифта»), пропорциями, контрастностью и наклоном знаков (светлое, полужирное, курсивное или наклонное, нормальное, узкое или широкое).

В различных программах для каждого шрифта существует несколько вариантов начертания: светлое (light), суперсветлое (extra light), полужирное (demi bold), супержирное (extra bold), сжатое (compressed, или condensed). Наиболее распространенные начертания: Normal (обычный), Bold (полужирный), Italic (курсив, или наклонный). Конечно, это далеко не все возможные начертания, однако эти начертания обязательно присутствуют во всех гарнитурах. Существует и множество других начертаний, для которых иногда даже нет общепринятого наименования.

ПРИМЕЧАНИЕ

Строго говоря, курсив и наклонный — это разные начертания. Наклонный шрифт образуется простым искажением (наклоном) символов исходного (Normal) шрифта, и наклон знака определяется углом, который он образует с вертикальной осью. Буквы же в курсивном начертании, хотя и обладают сходством с прямыми по стилю, совсем другие по рисунку. Курсив отличается от наклонного тем, что некоторые литеры в нем из-за стилизации под рукописное начертание имеют особый рисунок. Это хорошо заметно на буквах «а», «в», «и». Наклонное начертание может быть создано (генерировано) программой, курсивное должно изначально содержаться в файле шрифта. Эти начертания шрифта не отображаются в списке, даже если они есть, и выбираются непосредственно на панели свойств.

Размер шрифта. Типометрические единицы

Все можно измерить, в том числе и шрифты. Основными единицами типографской системы мер являются 1 пункт (1 п. или 1 pt), 1 цигеро (1 циг.), содержащее 12 п., и 1 квадрат (1 кв.), содержащий 4 циг., или 48 п. При этом $1 \text{ пункт} = \frac{1}{2660} \text{ м} = 0,376 \text{ мм}$, $1 \text{ цигеро} = 4,5 \text{ мм}$, $1 \text{ квадрат} = 18 \text{ мм}$.

Итак, мы подошли к термину «типометрические единицы», то есть к основным единицам типографской системы мер и их соотношению с единицами метрической системы.

Пункт (point или pt)

Размер шрифта и расстояние между строками оценивают в пунктах. При компьютерном наборе используется англо-американский типографский пункт, равный 0,353 мм. Один такой пункт равен примерно $\frac{1}{72}$ англо-американского дюйма. В России и во Франции принята система Дидо: $1 \text{ pt} = 0,0376 \text{ см}$, то есть 0,0148 дюйма, а в Америке и в Англии — система PICA: $1 \text{ pt} = 0,0351 \text{ см}$, то есть 0,013837 дюйма.

Пика (pica)

Ширина и высота колонок и полос выражаются в пиках. Пика равна 12 пунктам, что чуть меньше $\frac{1}{6}$ дюйма.

Цигеро

Единица, принятая в большинстве стран Европы. Она примерно равна пике (5,62 цигеро равны 1 дюйму).

Шпация

Термины *круглая шпация*, *полукруглая шпация*, *тонкая шпация* характеризуют горизонтальные размеры символов шрифта. Они соответствуют ширине заглавных букв М, N и строчной буквы t. Так, круглая шпация равна размеру шрифта, полукруглая шпация составляет 0,5 размера шрифта, а тонкая шпация — 0,25 размера шрифта. Другими словами, для 12-пунктового шрифта круглая шпация равна 12 пунктам, полукруглая шпация — 6-ти пунктам, а тонкая шпация — трем пунктам. Ширина цифры показывает, сколько места на строке занимает цифра. Она равна полукруглой шпации (в большинстве шрифтов все цифры имеют одинаковую ширину, что особенно удобно при формировании числовых колонок в таблицах). В табл. 20.1 приведены соотношения основных типометрических единиц измерения.

Таблица 20.1. Соотношения основных типометрических единиц измерения

Единица измерения	Соотношение с единицами типографской системы	Соотношение с миллиметром при наборе
Пункт	$\frac{1}{48}$ квадрата	0,353
Квадрат	48 пунктов	6,9–17

Таблица 20.1 (окончание)

Единица измерения	Соотношение с единицами типографской системы	Соотношение с миллиметром при наборе
Нонпарель	6 пунктов	2,15
Петит	8 пунктов	2,82
Корпус	10 пунктов	3,53
Цицеро	12 пунктов	4,24

Кегль

Размер (высота) шрифта определяется так называемым *кеглем* — расстоянием между верхней и нижней шрифтовыми линиями. В широко распространенном понимании кегль шрифта — это высота области, отведенной под литеру (см. рис. 20.7). Другими словами, этот параметр обозначает высоту символов шрифта, то есть расстояние от нижнего до верхнего выносного элемента плюс так называемые *оплечки* — свободное пространство над и под литерой. Это свободное пространство определяется в самом шрифте и нужно для того, чтобы символы верхней и нижней строк не сливались. Все это вместе составляет кегль, задаваемый в программе. На рис. 20.10 приведен пример шрифта (текста), набранного разными кеглями.



Рис. 20.10. На иллюстрации изображены несколько кеглей одной гарнитуры

Если подходить к этому термину более строго, то кегль — это размер площадки, на которой буква нарисована (а не реальный размер символа). Если сложить высоту изображения заглавной буквы, диакритического значка над ней, свисающего элемента под ней и добавить еще немного свободного пространства, мы как раз и получим кегль. Поскольку отношение высоты литеры к размерам выносных элементов может различаться, шрифты одного кегля могут сильно отличаться по видимым размерам. Визуальное определение размера шрифта представляет сложность только для начинающих пользователей. Даже после непродолжительной работы пользователь приобретает опыт и через некоторое время распознает практически безошибочно большинство кеглей часто используемых гарнитур (рис. 20.11).

Кегль измеряется в пунктах. Как уже отмечалось ранее, англо-американский пункт равен $\frac{1}{72}$ дюйма. Допустим, вы выбрали шрифт кегля 10. Но вы еще не привыкли к этим единицам и вам хочется знать, сколько это будет в привычных миллиметрах. Для перевода пунктов в миллиметры есть простая эмпирическая закономерность: для большинства шрифтов высота очка заглавных букв примерно равна кеглю, умноженному на 0,25 мм. То есть, при кегле 10 высота заглавной буквы будет примерно 2,5 мм (табл. 20.2).



Рис. 20.11. Различные шрифты одного кегля (26 пунктов) заметно отличаются по своим визуальным размерам

Таблица 20.2. Соотношение пунктов и миллиметров

Высота заглавных букв в пунктах, кегль	Высота заглавных букв в миллиметрах	Традиционное название размера
4	1	Диамант
6	1,5	Нонпарель
8	2	Петит
10	2,5	Корпус
12	3	Цицеро
14	3,6	Миттель
16	4	Терция
18	4,6	Great Primer

ПРИМЕЧАНИЕ

Существуют специфические наименования для отдельных кеглей, унаследованные из прошлого: бриллиант (3 пункта), диамант (4 пункта), перл (5 пунктов), нонпарель (6 пунктов), миньон (7 пунктов), петит (8 пунктов), боргес (9 пунктов), корпус (10 пунктов), цицеро (12 пунктов), миттель (14 пунктов), терция (16 пунктов), текст (20 пунктов). Часто традиционное название размера шрифта связано с каким-либо любопытным историческим фактом. Например, цицеро — кегль 12 пунктов. Именно шрифтом этого размера некогда впервые были набраны знаменитые речи Цицерона, и этот шрифт сегодня может быть рекомендован для набора основного текста как один из наиболее удобочитаемых.

Пропорции шрифта (ширина символов)

По соотношению ширины и высоты (пропорциям) одноименных знаков шрифты подразделяются на узкие (Condensed, Narrow), нормальные (Normal) и широкие (Expanded, Wide). Имеют место и варианты: очень (very) и сверх (extra, ultra). В качестве примера на рис. 20.12 представлены результаты изменения ширины символов шрифта Times.

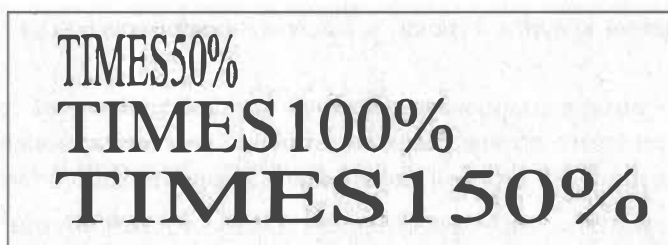


Рис. 20.12. Изменение пропорций шрифта в процентах

Абзац

При работе с текстом важную роль играет понятие *абзаца* — отступа или пробела в начале главы или группы строк текста. Обычно новый блок текста (абзац) начинается отступом первой строки (иногда его называют *красной строкой*), при котором перед первой буквой вставляется пробел определенной величины. Отступ первой строки (абзацный отступ) может быть положительным (в этом случае первая строка сдвигается вправо относительно всех остальных строк абзаца) или отрицательным (первая строка выходит влево за край основного текста, то есть все строки абзаца, начиная со второй, смещаются относительно первой строки вправо на некое фиксированное расстояние). Кроме того, абзац может вовсе не иметь абзацного отступа. Для этой ситуации в типографском производстве принято название *тупой строки*. Абзацный отступ — это сигнал к своеобразной паузе, организующей чтение. От больших блоков, не расчлененных на абзацы, читательское восприятие притупляется или идет не в нужном ключе. Выделяя значимые части текста, абзац выполняет роль своеобразного акцента, активно воздействующего на внимание человека.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Абзац (от нем. Absatz — красная строка, буквально «уступ») — это: 1. Отступ в начальной строке печатного или рукописного текста. 2. Часть текста, связанная смысловым единством и выделенная отступом первой строчки.

Кроме отступа первой строки, абзац (как часть текста) может иметь отступы справа и слева (*втяжки*) и *межабзацные отбивки* сверху и снизу. Следует помнить, что эти параметры действительны для всех строк абзаца: то есть, если отступ от левого края составляет 5 мм, то все строки абзаца будут отстоять от левого края поля набора на заданную величину. При этом отступ первой строки относительно остального текста сохранится. В компьютерной верстке текста *абзац* — это последовательность строк, выровненная слева и справа по некоторым границам. Абзац характеризуется:

- ◆ левой границей — отступом вправо от левого поля страницы, по которому выравнивается основной текст абзаца;
- ◆ правой границей — отступом влево от правого поля страницы, за которым не может быть напечатан ни один символ абзаца;
- ◆ отступом/выступом красной строки — смещением начала первой строки абзаца относительно его левой границы. *Отступ* характеризуется положительным зна-

чением смещения красной строки, а *выступ* — отрицательным значением смещения;

- ♦ *отбивками* — интервалами между нижней строкой предыдущего абзаца и первой строкой текущего абзаца (верхняя отбивка) или между нижней строкой текущего абзаца и первой строкой следующего абзаца (нижняя отбивка);
- ♦ межстрочным интервалом — расстоянием между строкам внутри абзаца.

В полиграфии иногда называют абзацы графами, чтобы подчеркнуть их отличие от книжных параграфов. Графы — это короткие сегменты мысли. Стандартные газетные абзацы состоят из трех или четырех предложений, то есть около 40–50 слов. Графы — это и элемент дизайна, который делает газетное пространство свободным и живым. Читатель с неохотой берется за материалы, которые выглядят большими. Деление на графы делает материал более читабельным, так как зрительно он не выглядит столь громоздким и многословным.

Выключка (выравнивание текста)

Выключка отражает расположение текста относительно его вертикальных границ. Это параметр, показывающий размещение текста в абзаце. В зависимости от выбранного типа выключки текст размещается по-разному. Выключка бывает: по левому краю, по правому краю, по центру, по формату и полная выключка.

При выключке по левому краю текст выравнивается по левому краю полосы набора, оставляя правый край «рваным». Все свободное место в строке, кроме необходимых пробелов, между словами, смещается к правому краю. Каждая строка начинается со слова (а не с пробела), поэтому левый край такого абзаца выглядит ровным и плотным. В то же время правый край выглядит неровным (рис. 20.13).

Практическая значимость книги заключается в том, что она дает возможность обычному пользователю ПК научиться создавать сайты без освоения веб-дизайна и программирования. Книга ориентирована на читателей, которые с компьютером на «вы» и не обладают глубокими техническими познаниями. Она содержит минимум терминологии и значительное количество иллюстраций, демонстрирующих действия пользователя. Издание «заточено» на начинающих пользователей с практически «нулевым» уровнем подготовки, которым нужно срочно создать сайт без финансовых затрат. Это маркетологи, менеджеры, начинающие предприниматели, желающие самостоятельно собрать сайт-визитку или лендинг. А также — школьники и студенты, которым необходимо создать сайт в рамках учебного процесса.

Рис. 20.13. Выключка текста по левому краю

При выключке по правому краю правый край, соответственно, будет ровным, а левый — «рваным» (рис. 20.14). Этот способ работы с текстом дает результат, зеркальный по отношению к левому выравниванию.

Практическая значимость книги заключается в том, что она дает возможность обычному пользователю ПК научиться создавать сайты без освоения веб-дизайна и программирования. Книга ориентирована на читателей, которые с компьютером на «вы» и не обладают глубокими техническими познаниями. Она содержит минимум терминологии и значительное количество иллюстраций, демонстрирующих действия пользователя. Издание «заточено» на начинающих пользователей с практически «нулевым» уровнем подготовки, которым нужно срочно создать сайт без финансовых затрат. Это маркетологи, менеджеры, начинающие предприниматели, желающие самостоятельно собрать сайт-визитку или лендинг. А также — школьники и студенты, которым необходимо создать сайт в рамках учебного процесса.

Рис. 20.14. Выключение текста по правому краю

При выключке по центру оба края текста имеют неровный силуэт, причем промежутки между границами поля набора и концами строки с обеих сторон равны (рис. 20.15). Свободное место в строке делится поровну между правым и левым краем, а в центре помещается «плотная» строка с необходимым количеством пробелов. В результате такого размещения оба края абзаца получают «рваными», но абзац выглядит симметричным относительно средней вертикальной линии.

Практическая значимость книги заключается в том, что она дает возможность обычному пользователю ПК научиться создавать сайты без освоения веб-дизайна и программирования. Книга ориентирована на читателей, которые с компьютером на «вы» и не обладают глубокими техническими познаниями. Она содержит минимум терминологии и значительное количество иллюстраций, демонстрирующих действия пользователя. Издание «заточено» на начинающих пользователей с практически «нулевым» уровнем подготовки, которым нужно срочно создать сайт без финансовых затрат. Это маркетологи, менеджеры, начинающие предприниматели, желающие самостоятельно собрать сайт-визитку или лендинг. А также — школьники и студенты, которым необходимо создать сайт в рамках учебного процесса.

Рис. 20.15. Выключение текста по центру

ПРИМЕЧАНИЕ

Выравнивание может быть задано для каждого абзаца отдельно. Для того чтобы придать абзацу нужное выравнивание, текст нужно предварительно выделить.

Емкость и насыщенность шрифта

Шрифты одного и того же кегля могут иметь различную *емкость*, когда в одной строке может помещаться различное количество знаков. При этом каждый шрифт имеет свой общий тон, или *насыщенность* — чисто визуальный параметр, который характеризует, как будет выглядеть конкретный шрифт на странице. Тон может быть светлым или темным, поскольку насыщенность меняется в зависимости от вида шрифта и начертания, а также равномерности расположения текста. Синоним насыщенности — *жирность* (Weight) шрифта.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Насыщенностью называется визуально воспринимаемый цвет шрифта, зависящий от толщины его штрихов. В рамке одной гарнитурѣ насыщенность может изменяться от свѣрхсвѣтлой до свѣрхжирной (от light до ultra bold). Непрерывный ряд начертаний составляют: свѣтлое (light), нормальное (regular, book), полужирное (demi), жирное (bold), темное (heavy), черное (black) и свѣрхжирное (extra bold).

Насыщенность шрифта определяется изменением толщины основных и соединительных штрихов одноименных знаков в различных начертаниях. Наиболее употребительные варианты: свѣтлый (light), нормальный (normal), жирный (bold). Могут быть еще полужирный (semi-bold), свѣрхжирный (extra bold) и другие. Например, для шрифта кегля 10 пунктов насыщенность свѣтлого шрифта — 23, полужирного — 23–34, жирного — более 34%.

Пример шрифтов разной насыщенности показан на рис. 20.16 (высокая насыщенность шрифта) и 20.17 (низкая насыщенность). Здесь один и тот же текст набран одним кеглем, но имеет для разных шрифтов свою емкость и насыщенность. Как здесь можно видеть, **Latin** — более насыщенный (жирный) шрифт, чем **Cyrillic Ribbon**.



Рис. 20.16. Высокая насыщенность шрифта

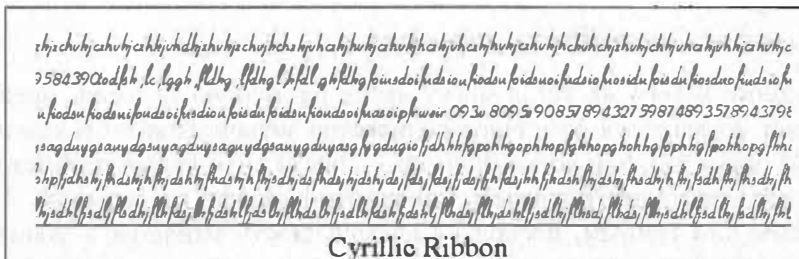


Рис. 20.17. Низкая насыщенность шрифта

Контрастность шрифта

Контрастность — один из основных признаков шрифта, выраженный отношением толщины соединительных штрихов к толщине основных штрихов знаков (рис. 20.18). Эта характеристика изменяется у шрифтов от неконтрастных до сверхконтрастных. Можно произвести три классификации шрифтов по их контрастности:

- ◆ контрастный шрифт — соотношение основных и соединительных штрихов 1:3;
- ◆ умеренно-контрастный шрифт — соотношение основных и соединительных штрихов от 1:2 до 2:3;
- ◆ малоконтрастный шрифт — соотношение основных и соединительных штрихов от 2:3 до 1:1.



Рис. 20.18. Пример разной контрастности одной буквы различных гарнитур

Интерлиньяж

В тексте *интерлиньяж* (Leading) — это расстояние между базовыми линиями двух соседних строк (рис. 20.19). Интерлиньяж измеряется в пунктах и складывается из кегля шрифта и расстояния между строками. Например, кегль 12 пунктов при расстоянии между строками в 2 пункта называют *кеглем 12 пунктов при интерлиньяже 14 пунктов* и такой интерлиньяж записывается так: 12/14. Интерлиньяж, как расстояние между строками, задается для всего абзаца. Стандартным считается интерлиньяж, величина которого составляет 120% величины кегля.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Интерлиньяж — межстрочное расстояние (расстояние между базовыми линиями соседних строк). Оно играет практически такую же роль, что и *трекинг*, то есть с его помощью вы можете уплотнять строчки текста по вертикали. Это позволяет, с одной стороны, уменьшить размер площади, занимаемой абзацем, а с другой — из-за этого уплотнения абзац выделяется на общем фоне, поскольку смотрится более темным. Рекомендуется делать интерлиньяж на 1–2 пункта больше кегля шрифта.

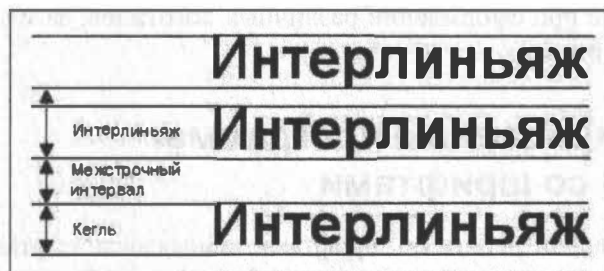


Рис. 20.19. Интерлиньяж

Интерлиньяж — относительная величина, он пропорционален кеглю символов. Общая высота строки равна кеглю самого крупного шрифта, использованного в ней, плюс небольшое расстояние. Это и есть стандартный интерлиньяж, задаваемый программой по умолчанию. На рис. 20.20 и 20.21 приведены примеры текста с различной величиной этого атрибута.

Интерлиньяж измеряется в пунктах и складывается из кегля шрифта и расстояния между строками. Например, кегль 12 пунктов при расстоянии между строками в 2 пункта называют кеглем 12 пунктов при интерлиньяже 14 пунктов и такой интерлиньяж записывается так: 12/14. Интерлиньяж, как расстояние между строками, задается для всего абзаца. Стандартным считается интерлиньяж, величина которого составляет 120% величины кегля. Интерлиньяж — относительная величина, он пропорционален кеглю символов. Общая высота строки равна кеглю самого крупного шрифта, использованного в ней, плюс небольшое расстояние. Это и есть стандартный интерлиньяж, задаваемый программой по умолчанию.

Рис. 20.20. Интерлиньяж разреженный

Интерлиньяж измеряется в пунктах и складывается из кегля шрифта и расстояния между строками. Например, кегль 12 пунктов при расстоянии между строками в 2 пункта называют кеглем 12 пунктов при интерлиньяже 14 пунктов и такой интерлиньяж записывается так: 12/14. Интерлиньяж, как расстояние между строками, задается для всего абзаца. Стандартным считается интерлиньяж, величина которого составляет 120% величины кегля. Интерлиньяж — относительная величина, он пропорционален кеглю символов. Общая высота строки равна кеглю самого крупного шрифта, использованного в ней, плюс небольшое расстояние. Это и есть стандартный интерлиньяж, задаваемый программой по умолчанию.

Рис. 20.21. Интерлиньяж уплотненный

Манипулируя величиной интерлиньяжа и приводя ее к очень маленьким значениям, можно добиться частичного наложения следующей строки на предыдущую. Интерлиньяж считается отрицательным, когда он меньше, чем размер шрифта в строке, — например, если интерлиньяж составляет 20 пт при размере шрифта 24 пт. Отрицательный интерлиньяж при верстке обычных текстовых документов используется относительно редко. Но возможность использовать отрицательную величину безусловно полезна при оформлении различных логотипов, заголовков, колонтитулов, иллюстраций и т. п.

Специализированные программы для работы со шрифтами

При профессиональной работе со шрифтами использования стандартных средств Windows явно недостаточно. Поэтому для работы со шрифтами существует весьма много специализированных программ. Вот только некоторые из них: ATM, Font

Control, Font Lab, Font Navigator, Font See, Font View, The Font Thing и другие. Рассмотрим далее для примера диспетчер шрифтов Corel Bitstream Font Navigator.

Диспетчер шрифтов Corel Bitstream Font Navigator

Программа Font Navigator компании Bitstream, входящая в состав пакета CorelDRAW, позволяет быстро и просто выполнять поиск шрифтов на вашем компьютере и производить их установку, объединять шрифты в группы, просматривать и выводить на печать их образцы. Главное окно **Font Navigator** (рис. 20.22) имеет следующие четыре области:

- ◆ **Contents of Font Catalog** — список найденных шрифтов;
- ◆ **Installed Fonts** — список установленных шрифтов;
- ◆ **Font Groups** — список созданных групп шрифтов;
- ◆ **Font Sample** — образец конкретного шрифта.

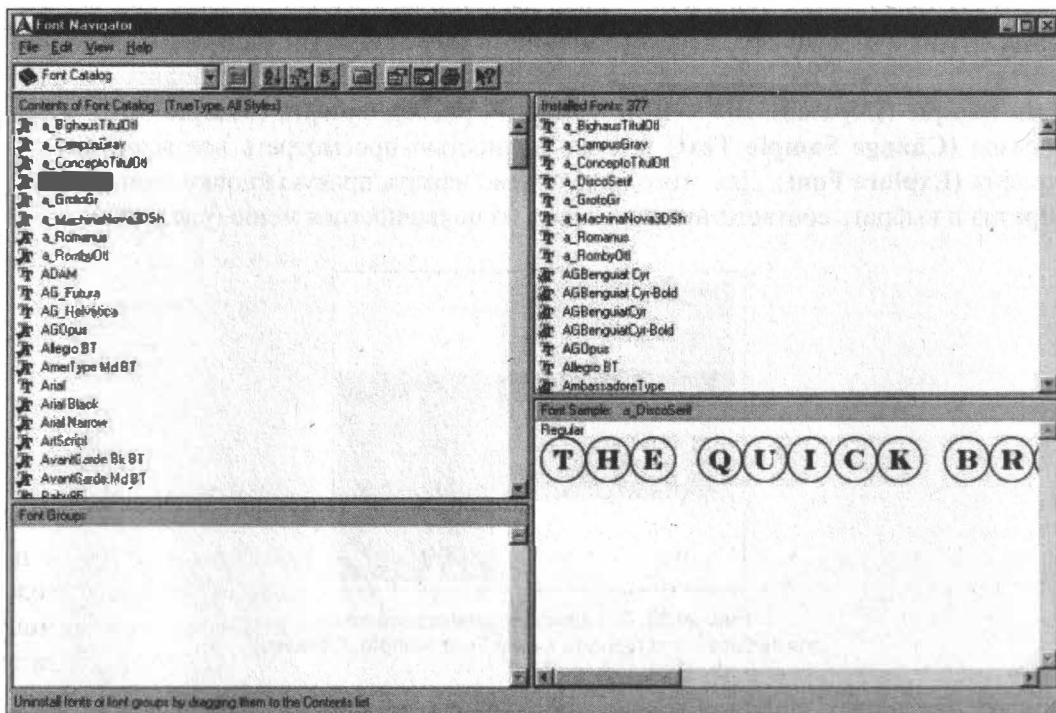


Рис. 20.22. Главное окно программы **Font Navigator**

Для установки шрифта в OS Windows достаточно перетащить его имя мышью из списка найденных шрифтов в список установленных. Для установки целой группы шрифтов необходимо произвести подобное действие с ее именем. При установке шрифта программа Font Navigator, в отличие от стандартных средств Windows, не копирует шрифты в папку **Fonts**.

Font Navigator позволяет перемещать или копировать шрифты в другие папки. Эти действия управляются командами **Copy** (Копировать) и **Move** (Переместить) из меню **Edit** (Редактировать). Для удаления шрифтов необходимо выбрать соответствующие шрифты в списке установленных и нажать клавишу <Delete> или выбрать команду **File** (Файл) | **Uninstall font** (Деинсталлировать шрифт). При этом Font Navigator фактически не удаляет шрифты из компьютера, а просто убирает их из списка установленных в системе шрифтов. Для удаления шрифта с компьютера следует выбрать его в списке найденных шрифтов и выполнить команду **Delete** (Удалить) из меню **Edit** (Редактировать). Аналогичным образом можно удалить из списка установленных все шрифты, содержащиеся в какой-либо определенной группе. Для этого необходимо выбрать группу в списке групп шрифтов и произвести аналогичные действия по ее удалению.

Для просмотра свойств шрифта необходимо в любом из окон выбрать шрифт и выполнить команду **Properties** (Свойства) из меню **View** (Просмотр). Открывшееся диалоговое окно позволит вам просмотреть символы шрифта, имя его разработчика и другую информацию о шрифте. Чтобы распечатать образец шрифта, следует выбрать нужный вам шрифт, а затем выполнить команду **Print Samples** (Печать образцов) из меню **File** (Файл). Образец используемого шрифта выводится в окне **Font Sample** (Образец). Вы можете изменить размер шрифта (**Sample Size**), текст образца (**Change Sample Text**) или же полностью просмотреть все возможности шрифта (**Explore Font**). Для этого необходимо нажать правую кнопку мыши в окне образца и выбрать соответствующий пункт из появившегося меню (рис. 20.23).

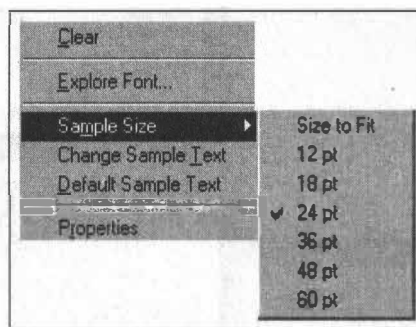





Рис. 20.23. Выпадающее диалоговое окно для выбора кегля шрифта в окне **Font Sample** (Образец)

Список найденных шрифтов можно упорядочить по многим параметрам — этим управляют команды **Fonts by Format**  (Сортировка по форматам: **TrueType** или **Type 1**) и **Fonts by Style**  (Сортировка по стилям). К стилям относят следующие возможные описания: **decorative**, **monospaced**, **sans serif**, **script**, **serif** и **symbol**. Существует возможность упорядочивания шрифтов по алфавиту. Для установки такой сортировки шрифтов следует выполнить команду **View All Fonts**  (Просмотр всех шрифтов).

Font Navigator осуществляет поиск шрифтов на компьютере двумя способами. Первый заключается в выполнении команды **Find Fonts** (Найти шрифты) из меню **File** (Файл). При этом программа попросит указать начальную позицию для поиска (например, папку C:\Windows\Fonts\), после чего местоположение всех найденных шрифтов будет занесено в специальный каталог (**Font Catalog**). Достоинством этого метода является то, что вам не надо помнить местоположение ваших шрифтов. Второй способ поиска шрифтов состоит в прямом указании конкретной папки. После того как вы выберете из списка папку, Font Navigator выведет список шрифтов, находящихся в ней. Вы можете как установить их напрямую, так и запомнить их местоположение в каталоге шрифтов, выбрав соответствующие шрифты и выполнив команду **Add to Font Catalog** (Добавить в каталог шрифтов) из меню **Edit** (Редактировать). В открывшемся диалоговом окне можно указать, следует ли установить этот шрифт в систему и необходимо ли переместить его в другой каталог.

Одной из возможностей программы Font Navigator является объединение шрифтов в группы, что позволяет работать не с каждым шрифтом по отдельности, а сразу с целой группой шрифтов. Для создания группы шрифтов необходимо выбрать команду **New Font Group** (Новая группа шрифтов) из меню **File** (Файл) — изображение новой группы появится в списке групп шрифтов, где надо будет ввести имя этой группы. После создания группы шрифтов с определенными характеристиками в нее можно помещать необходимые вам шрифты, просто перетаскивая их имена из списков найденных и установленных в папку с именем группы. При работе с группой выполняемые вами действия (установка, удаление и т. п.) производятся над всеми шрифтами, включенными в группу, что значительно упрощает и ускоряет совершаемые действия.

Еще одной полезной возможностью Font Navigator является поиск дублирующих шрифтов. Нередко одинаковые шрифты получают разные имена файлов и вследствие этого оба устанавливаются на ваш компьютер. Font Navigator выявляет подобные случаи и позволяет удалить все дубликаты. Для выполнения поиска дублирующих шрифтов необходимо выполнить команду **Duplicate Fonts** (Дубликаты шрифтов) из подменю **Settings** (Установки) меню **File** (Файл). В Font Navigator предусмотрена также возможность использования PostScript-принтеров для вывода шрифтов Type 1. Для настройки такого принтера следует выбрать команду **PostScript Printers** (PS-принтеры) подменю **Settings** (Установки) меню **File** (Файл).

Советы и рекомендации при работе со шрифтами

- ◆ Шрифты — это то, на чем нужно экономить в последнюю очередь.
- ◆ Перед тем как установить и использовать какой-либо незнакомый шрифт, целесообразно предварительно просмотреть его образец.
- ◆ Никогда не спешите при выборе шрифтов для проекта.
- ◆ Помните, что каждый дополнительно устанавливаемый на компьютер шрифт отнимает у него кусочек оперативной памяти. Будьте разумны, следите за количеством шрифтов и удаляйте лишние (не используемые в работе) шрифты.

- ◆ Осторожно относитесь к использованию особо вычурных (декоративных) шрифтов, неумелое применение которых может оттолкнуть пользователей от ваших материалов. Красивый, но плохочитаемый шрифт является частой ошибкой начинающих.
- ◆ При выборе шрифта для сайта следует исходить из его легкости для чтения и адекватности — то есть соответствия стилю сайта (его назначению). Для строгих стилей имеет смысл применять только классические шрифты и не более двух на страницу. В остальных случаях также важно соблюдать меру: считается, что максимальное число разных шрифтов в сайте — три. Слишком много шрифтов свидетельствуют об отсутствии профессионализма.
- ◆ Общим принципом для работы является применение гарнитур с засечками для основного текста и рубленных — для заголовков и других элементов. Но нет правил без исключений. В одном документе можно ограничиться только рублеными гарнитурами, в другом — только с засечками. Надо лишь учитывать, что текст, набранный рубленным шрифтом, труднее читать (особенно это касается больших объемов текста).
- ◆ Для заголовков и подзаголовков применяйте более жирное начертание. Избегайте одинаковых гарнитур для заголовков и основного текста. С другой стороны, для заголовков и подзаголовков лучше использовать схожие гарнитуры, это же касается тех случаев, когда в основном тексте существует несколько гарнитур. Если заголовок занимает более трех строк, гарнитура должна быть равна по насыщенности основному тексту. Если гарнитуры заголовка и текста совпадают, отделите заголовок от текста. Используя полужирное начертание шрифта для первых слов заголовка, вы как бы даете шапку, а набор курсивом поможет отделить заголовок от основного текста, не отвлекая внимания. Если заголовок занимает менее трех строк, эффектно смотрится гарнитура более солидного вида, чем у основного текста.
- ◆ Для удобочитаемости текста важную роль играют поля. Знаете ли вы, что в классическом книгопечатании поля занимают около 50% площади страницы?

Цвет шрифта и цвет фона

При выборе шрифта с точки зрения его четкости и удобочитаемости следует обязательно продумывать как цвет шрифта, так и цвет фона для этого шрифта. На рис. Ц-20.24 показаны хорошие и неудачные сочетания цвета и фона. Например, черный шрифт на желтом фоне смотрится даже лучше, чем черный шрифт на белом фоне.

При работе с текстом в цветных публикациях рекомендуется придерживаться следующих правил:

- ◆ назначайте фону и тексту контрастные цвета. Например, красные буквы на зеленом фоне читаются с большим трудом, так что такого сочетания следует, по возможности, избегать;

- ♦ проверяйте контрастность текста и фона на монохромном (сером) изображении;
- ♦ избегайте раздражающего сочетания цветовых тонов для печати объемного текста. Например, сочетание желтого с красным очень эффективно для рекламной продукции с ярлыком «New!», но такое цветовое решение в большинстве других случаев неуместно;
- ♦ избегайте слишком светлых и плохо различимых оттенков. Плохо воспроизводятся тонкие линии, для которых выбран светлый оттенок цвета.



Рис. Ц-20.24. Варианты совместимости шрифта и фона — слева направо: красный на зеленом, зеленый на красном, красный на желтом, белый на черном, белый на зеленом, белый на красном, желтый на черном, черный на белом, белый на синем, синий на белом, красный на белом, зеленый на белом, черный на желтом

Вопросы для самопроверки

- ♦ Какие шрифты лучше использовать для заголовков?
- ♦ Дайте классификацию всех шрифтов.
- ♦ Какие вы знаете типометрические единицы?
- ♦ Что может произойти, когда установлено слишком большое количество шрифтов?
- ♦ Какие вы знаете специальные программы для работы со шрифтами?
- ♦ Каковы особенности использования шрифтов в цветных публикациях?
- ♦ Перечислите форматы шрифтовых файлов.
- ♦ Дайте определение термина «кегель».
- ♦ Каковы основные правила выбора и использования шрифтов?
- ♦ Назовите основные атрибуты любого шрифта.
- ♦ Каковы дизайнерские правила правильного выбора и использования шрифтов в различных текстах?
- ♦ Есть ли преимущества у растровых шрифтов над векторными?
- ♦ Что вы знаете о правильном сочетании цвета шрифта и цвета фона, на котором он расположен?

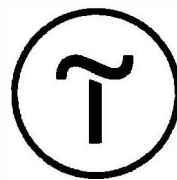
- ♦ На каком сайте уместен славянский шрифт, где — восточная вязь, где — иероглифы?
- ♦ Где (когда) рекомендуется использовать рубленый шрифт, шрифт с засечками и декоративный?

Задание

Придумайте свой вариант шрифтового логотипа на основе декоративного шрифта и нарисуйте его в любом известном вам графическом редакторе (рис. 20.25).



Рис. 20.25. Пример текстового логотипа для НовГУ, выполненного в MS Paint



ГЛАВА 21

Цвет в веб-дизайне: базовые знания о работе с цветом

Важную роль в сайтостроении играет цвет. Исследования показали, что цвет способствует запоминанию информации. Черно-белый вариант запоминает примерно 40% аудитории, двухцветный — около 45%, полноцветный — до 70%. Воздействие цвета на человека многогранно. В повседневной жизни цвет определяет наше настроение и самочувствие, оказывает влияние на работоспособность и психологическое состояние. Не существует, пожалуй, ни одной сферы деятельности человека, ни одной профессии, где бы ему не приходилось решать вопросы, связанные с цветом, начиная от бытовых и заканчивая производственными. Профессионал, работая на компьютере с цветом, должен понимать, что цвет такое.

Цветовой спектр

Со школьной скамьи каждый помнит, что **Каждый Охотник Желает Знать Где Сидит Фазан** (рис. Ц-21.1). Ну а что вы знаете о цвете, кроме этого?

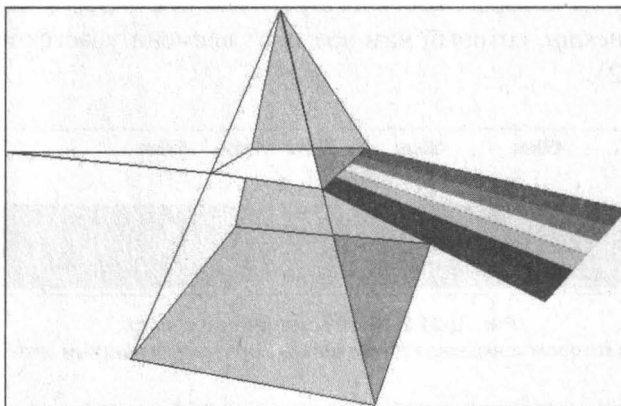


Рис. Ц-21.1. Луч солнца, пропущенный через призму, даст весь диапазон цветов

Почему небо голубое, а трава — зеленая? Ответ скрыт в физических и физиологических представлениях о природе цвета.

Для того чтобы увидеть цвет, нужны две вещи:

- ♦ **источник цвета** — то есть свет (это физическая часть нашей схемы);
- ♦ **приемник цвета** — глаз (это физиологическая часть процесса).

Физиология цвета у человека

За цветовое и яркостное восприятие человеческого глаза отвечают два различных типа нервных клеток (рецепторов), называемых соответственно *колбочками* и *палочками*. Процесс функционирования палочек и колбочек не имеет принципиальных различий. В обоих случаях происходит поглощение световых волн и по достижении определенного порога вырабатывается нервный импульс. Различие состоит в том, что палочки отвечают за черно-белое зрение, поскольку способны регистрировать только суммарную энергию света. Благодаря им обеспечивается возможность распознавания предметов в условиях плохой освещенности. А колбочки предназначены для распознавания цветовой информации. В зависимости от того, какой длины и интенсивности световые волны присутствуют в спектре, те или иные группы колбочек возбуждаются сильнее или слабее. Полученная с помощью зрительных рецепторов информация поступает в виде сигналов в мозг, который определяет, в каких соотношениях возбуждены три вида колбочек, создавая на базе этого цветовое восприятие.

Физика цвета

С физической точки зрения то, что мы воспринимаем как цвет, является набором электромагнитных волн определенного диапазона частот, различаемого человеческим глазом. Весь видимый глазом диапазон излучения можно разделить на семь участков, каждому из которых соответствует свой цвет. Все вместе они образуют так называемый *спектр*, который нам время от времени удается наблюдать в виде радуги (рис. Ц-21.2).

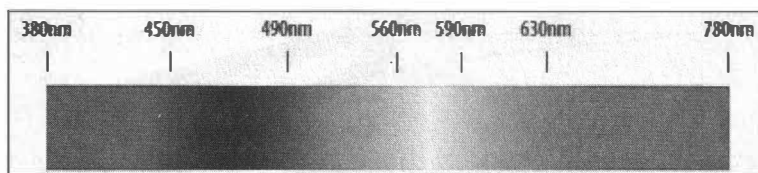


Рис. Ц-21.2. Электромагнитный спектр, в котором конкретная длина волны образует конкретный цвет

Электромагнитные волны светового диапазона от 380 до 450 нм относятся к фиолетовой части спектра (Ф). Свет с длиной волны от 450 до 480 нм мы видим синим (С), от 480 до 510 — голубым (Г), от 510 до 570 — зеленым (З), от 570 до 590 — желтым (Ж), от 590 до 620 — оранжевым (О), от 620 до 700 — красным (К).

Глаза восприимчивы к электромагнитным волнам только в диапазоне от 380 до 780 нм. При этом для восприятия цвета значима в целом только область между 400 нм (фиолетовый) и 700 нм (красный). К фиолетовому концу примыкают ультрафиолетовое и рентгеновское излучения, которые человеческими глазами как цвет не воспринимаются. Красный конец спектра переходит в инфракрасное излучение (также для глаза невидимое).

Свет и цвет

Из школьного курса физики известно, что белый свет вне зависимости от его источника (солнце, лампочка, экран монитора) в действительности представляет собой смесь цветов: Сумма световых волн всего видимого диапазона вызывает ощущение белого цвета, отсутствие света — черного. Таким образом, цвет и свет — синонимы одного и того же физического явления.

Понятие цветовой модели

В современных компьютерных программах манипуляции с цветом осуществляются с помощью *цветовых моделей*. Цветовые модели предоставляют средства для описания цвета.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Цветовые модели используются для математического описания определенных цветовых областей спектра. Большинство компьютерных цветовых моделей основано на использовании трех основных цветов, что соответствует восприятию цвета человеческим глазом. Каждому основному цвету присваивается определенное значение цифрового кода, после чего все остальные цвета определяются как комбинация основных цветов.

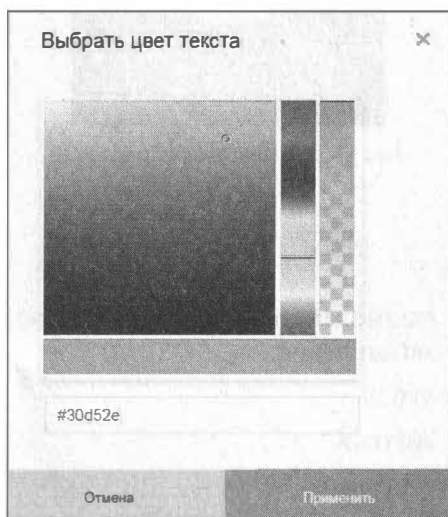


Рис. Ц-21.3. Выбор цвета текста в Tilda в модели RGB

Большинство графических пакетов позволяют оперировать с широким кругом цветовых моделей: CMY, CMYK, RGB, HSB, HLS, Lab, YIQ, YCC.

ПРИМЕЧАНИЕ

Tilda использует только одну цветовую модель — RGB (рис. Ц-21.3). Именно по этой причине остальные цветовые модели (CMYK и др.) мы здесь рассматривать не будем, а об RGB поговорим более подробно.

Цветовая модель RGB

Цветовая модель RGB имеет огромное значение во всех компьютерных программах, работающих с цветом. Она используется также во всех светоизлучающих (монитор) и светопринимающих (сканер) приборах. На рис. Ц-21.4 приведена схема, иллюстрирующая цветовую модель RGB: **R** (Red, красный), **G** (Green, зеленый) и **B** (Blue, синий). Чтобы понять, что это за кружки, представьте себе, что здесь изображено пересечение на экране лучей трех прожекторов: красного (**R**), зеленого (**G**) и синего (**B**). Тогда в центре пересечения этих прожекторов мы получим белый цвет — то есть в сумме красный, синий и зеленый цвета дают белый.

Однако на рис Ц-21.4 мы, помимо названных цветов, видим **Y** — желтый (Yellow), **C** — голубой (Сyan) и **M** — пурпурный (Magenta). Объяснить это очень просто: смешиваясь между собой, цвета дают новый цвет — например, Зеленый + Красный = Желтый.

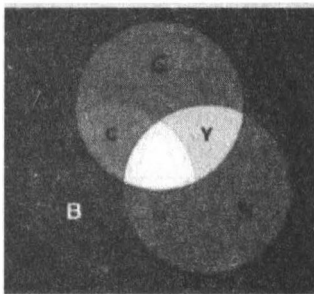


Рис. Ц-21.4. Цветовая модель RGB

Цветовой круг

Чтобы лучше понимать взаимодействие различных электромагнитных волн (цветов) следует знать такие соотношения:

- ◆ Зеленый + Синий = Голубой.
- ◆ Зеленый + Красный = Желтый.
- ◆ Красный + Синий = Пурпурный.
- ◆ Зеленый + Синий + Красный = Белый.
- ◆ Голубой + Желтый + Пурпурный = Черный.

Запомнить эти формулы несложно, если воспользоваться *цветовым кругом* (рис. Ц-21.5).

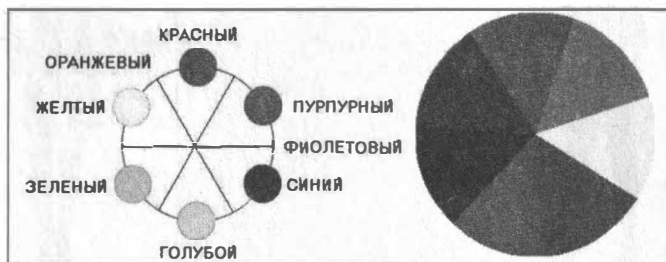


Рис. Ц-21.5. Расположение цветов на цветовом круге

Цветовой круг — это как свернутая в круг радуга, а порядок следования цветов зашифрован во фразе: **Ка**ждый (К) **О**хотник (О) **Ж**елает (Ж) **З**нать (З) **Г**де (Г) **С**идит (С) **Ф**азан (Ф).

Холодные и теплые цвета

Вы, наверное, слышали о холодных и теплых оттенках цвета. На цветовом круге левый верхний сектор круга считается «теплым», а нижний правый — «холодным». К теплым можно отнести оранжевые, красные и желтые оттенки. К холодным же мы причислим оттенки зеленого и синего. Такая характеристика цвета как теплота во многом определяет воздействия цвета на человека. Теплые цвета кажутся близкими, добрыми, внушающими доверие, в то время как холодные как бы находятся на расстоянии, независимы. Продуманное использование холодных и теплых оттенков позволит вам оживить свой рисунок. Например, если вы возьмете теплые тона для освещенных его участков и холодные — для тени.

Примеры выбора цветовых комбинаций

Выбор сочетаний (комбинаций) цветов основан на том, что вы стремитесь подчеркнуть: единство (гармонию) или контраст (противоположность). В первом случае выбираются цвета, близкие друг другу на цветовом круге (например, синий и голубой), во втором — на расстоянии друг от друга (например, синий и желтый). Эти правила относятся не только к сайтостроению, но и ко всем видам дизайна: оформлению книг и журналов, покраске бытовых изделий, моде в одежде и пр. Правило здесь одно, общее: для создания контраста выбирают цвета противоположные, расположенные напротив друг друга на цветовом круге. Примеры контрастных, дополняющих цветов в комплектах одежды приведены на рис. Ц-21.6 и Ц-21.7.

Другой пример контрастных цветов показан на рис. Ц-21.8.

На рис. Ц-21.9 показан вариант близких (соседних) цветов на цветовом круге. В этом случае цвета в одежде воспринимаются как спокойные и гармоничные.



Рис. Ц-21.6. Контрастное сочетание противоположных на цветовом круге цветов делает одежду яркой, привлекающей внимание: костюм — синий, блузка — красная



Рис. Ц-21.7. Перебор в контрастных цветах может вызвать у зрителя ощущение дисгармонии



Рис. Ц-21.8. Примеры использования контрастных цветов в логотипах



Рис. Ц-21.9. В одежде девушки использованы теплые, гармоничные цвета (брюки — синие, блузка — зеленая) — они хорошо сочетаются вместе

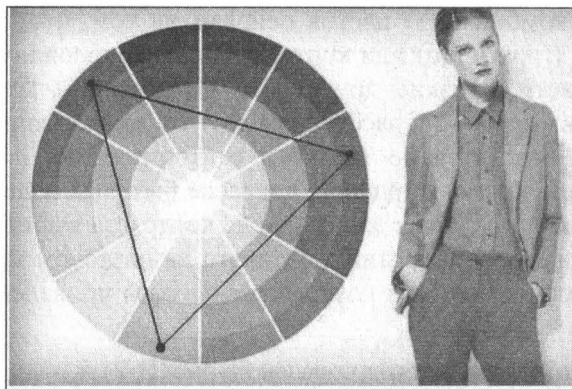


Рис. Ц-21.10. Пример правильного выбора комбинации из трех цветов в одежде: брюки — пурпурные, блузка — синяя, пиджак — бежевый

Более сложный вариант — подобрать сочетание не двух, а трех цветов (триаду). Здесь нам снова поможет цветовой круг. Для триады следует найти на цветовом круге сочетание трех цветов, лежащих на одинаковом расстоянии друг от друга. Такой вариант обеспечивает высокую контрастность при сохранении гармонии (рис. Ц-21.10).

Глубина цвета

Пиксел изображения несет в себе определенную информацию. Чем большим количеством битов описывается такой пиксел, тем больше информации он может в себе нести. Подобный подход позволяет определить *битовую глубину цвета*. Битовую глубину изображения иногда называют *цветовой разрешающей способностью*. Она измеряется в битах на пиксел (bit per pixel). Чем больше цветовая глубина (цветовое разрешение), тем больше цветов воспроизводится устройством (монитором, сканером, принтером) и тем качественнее смотрится изображение.

Цветовые режимы

Цветовые режимы представляют собой практическую реализацию рассмотренных ранее цветовых моделей. Для примера коснемся только двух цветовых режимов:

- ◆ Bitmap (1-bit) — черно-белый (1 разряд);
- ◆ Grayscale (8-bit) — градации серого (8 разрядов).

Bitmap — режим черно-белой графики

Режим Bitmap называют также режимом монохромной графики или графикой с одноканальным разрешением. Для отображения черно-белого изображения используются только два типа ячеек: черные и белые. Поэтому для запоминания каждого пиксела требуется только 1 бит памяти компьютера. Этот режим можно использовать для работы с черно-белыми изображениями, полученными, например, сканированием черно-белых фотографий, а также при выводе цветных изображений на контрастную черно-белую печать.

Grayscale — режим в градациях серого

Использование режима Grayscale (градации серого) позволяет увеличить информационную емкость изображения за счет повышения цветового разрешения каждого пиксела до 8 битов, то есть позволяет оперировать с комбинацией до 256 оттенков серого тона ($2^8 = 256$), обеспечивая более высокое тоновое разрешение изображения в сравнении с Bitmap. Растровые редакторы воспринимают полученное в этом режиме цифровое изображение в виде одноцветного (монохромного) канала, содержащего 256 различных уровней яркости.

Цвет и фон

Известно, что белый квадрат на черном фоне будет казаться более крупным, чем черный квадрат такой же величины на белом фоне. Дело в том, что белый цвет излучается и выходит за свои пределы, в то время как черный ведет к сокращению размеров занимаемых им плоскостей. Светло-серый квадрат кажется темным на белом фоне, но тот же светло-серый квадрат на черном воспринимается светлым. Желтый квадрат на белом фоне кажется темнее, чем на черном фоне и так далее (рис. Ц-21.11).

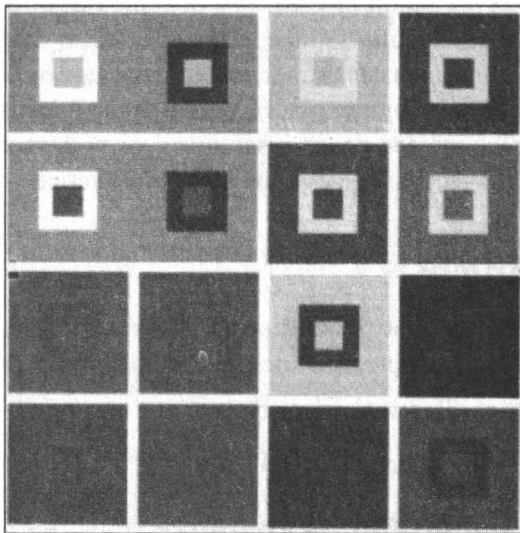


Рис. Ц-21.11. Варианты восприятия цветного квадрата на различном цветовом фоне

Цветовая гармония

Слово «гармония» означает равновесие, порядок, симметрию сил. Гармония глазу приятна. Гармония требует комплементарных цветов. Прodelайте такой опыт: если некоторое время смотреть на зеленый цвет, а потом закрыть глаза, то в голове у нас возникнет красный цвет (и наоборот). Эти опыты можно производить со всеми цветами: они подтверждают тот факт, что цветовой образ, возникающий в глазах, всегда основан на цвете, дополнительном к реально увиденному. И это есть естественная потребность глаза достичь равновесия. Глазу для его удовольствия требуется гармоничная цветовая связка, и в этом случае восприятие цвета достигает гармоничного равновесия. При этом два или более цвета являются гармоничными (комплементарными), если их смесь представляет собой нейтральный серый цвет. Все другие цветовые сочетания, которые не дают нам серого цвета, по своему характеру становятся экспрессивными или дисгармоничными. В живописи негармоничные произведения действуют раздражающе и возбуждают неприятие своим подчеркнутым настойчивым использованием какого-то одного преобладающего цвета.

Воздействие цветов на людей

Цвета воспринимаются различными людьми по-разному. Подобно запахам или звукам, они подключают индивидуальные для каждого человека рецепторы. В подтверждение пословицы «на вкус и цвет товарищей нет» можно сказать, что не существует двух людей, одинаково воспринимающих один и тот же цвет. Когда цвет и впечатление от него (его воздействие) не совпадают, цвет производит диссонирующее впечатление.

Все цвета, как уже отмечалось ранее, можно условно разделить на две категории:

- ◆ теплые цвета: красный, желтый, оранжевый, коричневый и их оттенки;
- ◆ холодные цвета: синий, голубой, бирюзовый, фиолетовый, зеленый и их оттенки.

Такие ассоциации находят свое применение в рекламе и маркетинге и, естественно, должны учитываться и правильно применяться веб-дизайнером (рис. Ц-21.12).



Рис. Ц-21.12. Восприятие цвета человеком

Черный и белый цвета идут отдельно (особо) и представляют собой цветовую классику. Для каждого из других цветов (кроме черного и белого) у каждого человека свое его восприятие. И все же некоторые обобщения и здесь возможны (рис. Ц-21.13):



Рис. Ц-21.13. Психология восприятия цвета человеком — сверху вниз:
 черный на сером, черный на зеленом, черный на голубом, черный на фиолетовом,
 черный на красном, черный на оранжевом, черный на желтом



Рис. Ц-21.15. Медицинская реклама



Рис. Ц-21.16. Примеры использования красного цвета в товарных знаках



Рис. Ц-21.17. Зеленый + белый — цветовое решение для Сбербанка России

- ♦ **синий** — универсальный мужской цвет. Вы, наверное, сталкивались с тем, что мальчиков катают в синих колясках, а девочек — в красных. Синий цвет наилучшим образом подойдет для рекламы бытовой техники и электроники, компьютерных товаров и услуг, мобильных гаджетов, всех типов пассажирских и грузоперевозок, медицинских товаров и услуг, сельскохозяйственной продукции, финансовых брендов. Можно использовать этот цвет для продвижения услуг в сфере недвижимости. Не подойдет синий цвет для рекламы автомобилей, одежды, продуктов питания (рис. Ц-21.18).
- ♦ **розовый** — женский. Любимый цвет всех женщин и особенно девочек-подростков. Благодаря этому розовый — это цвет номер один в рекламе товаров, в которых необходимо подчеркнуть женственность. А кроме этого, розовый цвет — это цвет нежного возраста, поэтому он весьма востребован в рекламе товаров для новорожденных. А еще это цвет сладкоежек всех возрастов (рис. Ц-21.19).

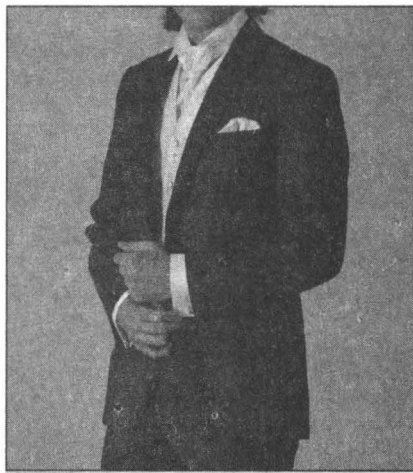


Рис. Ц-21.18. Классический синий мужской костюм

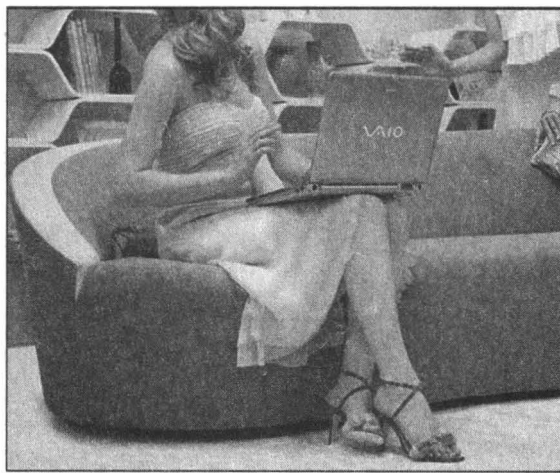


Рис. Ц-21.19. Любимый цвет женщин — розовый или красный

Вопросы для самопроверки

- ♦ Как фраза «Каждый Охотник Желает Знать Где Сидит Фазан» связана с цветовым кругом?
- ♦ Какой цвет даст сумма всех основных цветов в RGB-модели?
- ♦ Как человеческий глаз видит цвета?
- ♦ Присутствие каких элементов необходимо для того, чтобы существовал цвет?
- ♦ Как связаны цвет и свет?
- ♦ В цветовой модели RGB установлены параметры 0,255,0. Какой цвет соответствует этим параметрам?

Задание

На сайте **Tilda Publishing** познакомьтесь с разделом **Библиотека цветов** (рис. 21.20).

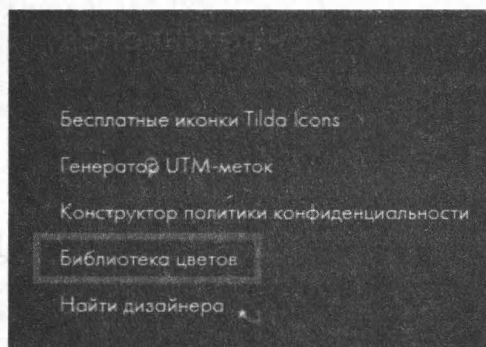
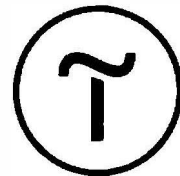


Рис. 21.20. Библиотека цветов
в подвале главной страницы сайта Tilda Publishing



ГЛАВА 22

Правила композиции сайта

НОВЫЙ ТЕРМИН

Композиция — это искусство составления целого из частей, то есть соединение различных частей в единое целое в соответствии с какой-либо идеей. Термин является общим для сайтов, музыки, живописи, архитектуры и многого другого. Так, например, в компьютерной графике существует очень простое определение термина «композиция» — это гармоничное размещение объектов на изображении.

Композиционное решение в сайтостроении связано с распределением предметов и фигур в 2D-пространстве, а также с соблюдением определенных правил при использовании цветовых решений, шрифта и текста. Говоря другими словами, композиционное решение сайта подразумевает подчинение объектов сайта законам композиции. Эти законы определяют:

- ♦ выбор типа и размера шрифта;
- ♦ выбор цвета объектов и фона;
- ♦ соблюдение единого стиля;
- ♦ определение размеров объектов и их положения в пространстве.

В этой главе мы рассмотрим основные законы композиции — как самые общие, так и применительно для сайтов на Tilda.

Что такое веб-дизайн?

Графический веб-дизайн проектов (композиция сайтов) предполагает следование базовым понятиям о правилах размещения объектов (их геометрии), которые должны знать все разработчики, независимо от используемой программы, будь то Adobe Photoshop или Tilda. Предлагаемая здесь информация о компьютерном дизайне универсальна. Независимо от того, каким приложением вы пользуетесь и что при этом делаете: рекламу, визитку или веб-сайт — в любом случае вам необходимо учитывать правила композиции.

НОВЫЙ ТЕРМИН

Дизайн (от англ. design — замысел, проект) в широком смысле обозначает различные виды проектной деятельности. В узком смысле — это вид деятельности, заключающийся в создании работы, обладающей эстетическими свойствами.

Композиция в дизайне

Задумывались ли вы когда-нибудь над тем, почему некоторые объекты: сайты, картины, скульптуры, фотографии и другие изображения — привлекают внимание зрителя, в то время как другие оставляют его равнодушным? Почему живопись известных художников подолгу экспонируются в галереях и продолжает интересовать зрителя многие века?

Одна из причин этого состоит в том, что авторы классических шедевров мастерски владеют искусством *композиции*. Хорошая композиция позволяет зрителю увидеть не только сам объект, но и его внутренний мир. Подтверждение этому — архитектурные памятники, сохранившиеся с древних времен. Правильная композиция объектов продолжает играть важную роль и в наши дни.

Курс «Основы композиции» преподается в некоторых высших художественных учебных заведениях. Он своевременно приучает слушателей к дисциплинированному мышлению, осознанной работе с художественным материалом.

Законы композиции основаны на законах восприятия, которые работают на подсознательном (интуитивном) уровне. В этой главе композицию и ее законы мы рассмотрим в их положительном аспекте, когда задачей композиции будет организация пространства, которое станет подсознательно восприниматься как комфортное. В основном речь пойдет о плоской (2D-композиции), хотя большинство из сказанного останется справедливым и для 3D-пространства.

Средства композиции

Объекты композиции — назовем их условно «пятна» — обладают качествами тона, размера и формы. Им можно задать определенный ритм, цвет, контраст. Уточним, о чем речь.

Пятно

Пятно в композиции часто помогает выделить важный объект (рис.) и определить смысловой центр композиции. Пятно — в зависимости от решаемых задач — может быть как цветовым, так и тональным. Размер пятна по отношению ко всему формату изображения может дать ощущение большого пространства, пустоты, одиночества или, наоборот, тесноты и суеты. В приведенных на рис. Ц-22.1 графических примерах объекты воспринимаются белыми пятнами на черном фоне. Однородный фон позволяет сделать автору снимков акцент на лицах персонажей.

ПРИМЕЧАНИЕ

Изображение черного на черном, белого на белом, зеленого на зеленом и т. п. в общем случае считается ошибкой. Понятно, что синие буквы на синем фоне хорошо читаться не будут. Но иногда такой прием считается удачным для выделения чего-то сюжетно важного.



Рис. Ц-22.1. Умышленное изображение автором композиций черного фона и даже «черного на черном», чтобы сделать нужный акцент

Ритм

Ритм задает форме движение через повторяемость и выполняет организационную или эстетическую роль (рис. Ц-22.2). Для динамического ритма характерно вертикальное чередование, для спокойного, плавного ритма — горизонтальное. Четкость восприятия композиции, ее запоминаемость напрямую зависят от ритма.

Ритм может проявлять себя во многих ипостасях. Один из законов правильной композиции заключается в том, что цветовые пятна и промежутки между ними должны быть различной величины, иначе ритм становится монотонным, что создает дискомфорт восприятия таких изображений. Чем монотоннее ритм — тем скучнее композиция. Мозг не любит монотонности. В композициях важен ритм изображений, элементов и пауз.

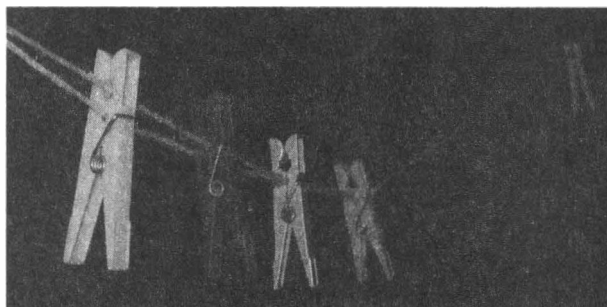


Рис. Ц-22.2. Многократный повтор одного объекта создает определенный ритм воздействия на зрителя

Цвет

Некоторые специалисты считают, что по своему воздействию на человека теплые цвета — стимулирующие (символизируют открытость к общению), а холодные — тормозящие (ассоциируются с рассудком и замкнутостью). Вот еще несколько примеров ассоциативной роли цвета:

- ♦ зеленый, желтый, красный (и их градации спектра) цвета могут иллюстрировать пищевые продукты, потому что все известные нам продукты растительного происхождения имеют цвет из этого спектра. Все остальные цвета будут для пищи неестественными, искусственными;
- ♦ сине-черные цвета характерны для металла и более присущи машиностроительной отрасли, а также всем производствам, связанным с металлом;
- ♦ красный свет сам по себе является цветом предупреждения об опасности. Он всегда обращает на себя внимание и заставляет остановиться на нем свой взгляд;
- ♦ фиолетовый цвет — цвет тревоги, беспокойства, неуверенности, меланхолии. Совмещение красного цвета с фиолетовым без третьего разделяющего цвета вызывает у зрителя раздражение;
- ♦ белый и черный цвета являются нейтральными сами по себе. Они не вступают в конфликт с другими цветами, а дополняют их. Точно так же нейтральными являются все градации серого.

Количество цветов в изображении

Существует эмпирическое правило, что в изображении желательно иметь три цвета — не более (рис. Ц-22.3). Такова психология восприятия изображений человеком. Избыток различных красок уместен лишь на сайтах с детской тематикой (рис. Ц-22.4).

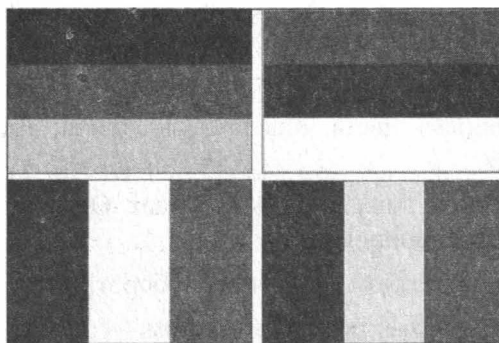


Рис. Ц-22.3. Флаги разных стран преимущественно трехцветные

Хотя, конечно, из каждого правила бывают исключения (рис. Ц-22.5). Здесь, как мы видим, весьма пестрое и многоцветное изображение, но вполне симпатичное. На первый взгляд здесь много лишнего, однако ничего убавить и добавить без ущерба для композиции нельзя.



Рис. Ц-22.4. «Радуга» цвета на сайте для детей

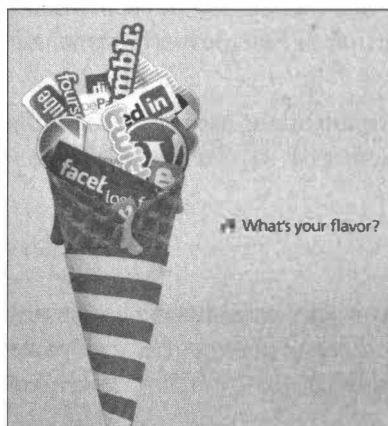


Рис. Ц-22.5. Реклама мороженого

Советы по выбору цвета

- ◆ Выбирайте сочетающиеся цвета. Как правило, цвета, вместе встречающиеся в природе, сочетаются.
- ◆ Между текстом и фоном должен быть контраст. Однако цвета должны контрастировать, но не дисгармонировать.
- ◆ Лучше темный цвет на светлом фоне, чем наоборот.
- ◆ Не заливайте большие объекты одним цветом — это скучно. Выберите градиентную заливку или просто разделите объект на несколько частей с помощью линий и других графических примитивов.
- ◆ Если вы используете в изображении — например, в логотипе, несколько цветов, то их общее число не должно быть более трех. Почему лучший вариант — остановиться на трех цветах? Потому что он опирается на опыт работы других дизайнеров — этот закон композиции выведен эмпирически.

Динамика композиции и направляющие линии

Направляющие линии играют важную роль в композиции изображений, поскольку придают им динамику. Динамичность не следует понимать буквально — как будто на изображении кто-то должен бежать, стрелять или прыгать. На рис. Ц-22.6 показаны неподвижные объекты, и, тем не менее, за счет формы направляющих линий снимки не статичны, а динамичны. Весьма часто в композиции в качестве направляющей используется зигзаг (S-линия) — эта кривая очень выразительна.

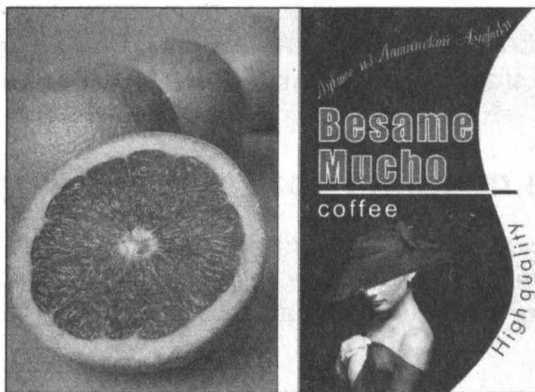


Рис. Ц-22.6. Пример кривых (нелинейных) направляющих, делающих композицию динамичной

И еще прием: если вы хотите добавить динамики основному объекту — сместите его из центра кадра. По существу, изображения, на которых объекты расположены точно в центре кадра, кажутся более статичными и менее интересными по сравнению с теми, на которых объекты смещены относительно центра (рис. Ц-22.7).



Рис. Ц-22.7. Девушка неподвижна, но снимок воспринимается как динамичный

Чем ближе — тем главнее

На восприятие изображений с несколькими объектами на них сильно влияет пространственное расположение этих объектов. Чем ближе объект, тем он кажется главнее и важнее (рис. Ц-22.8).

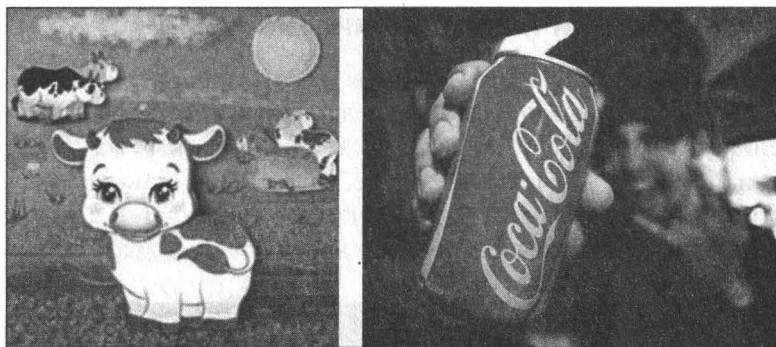
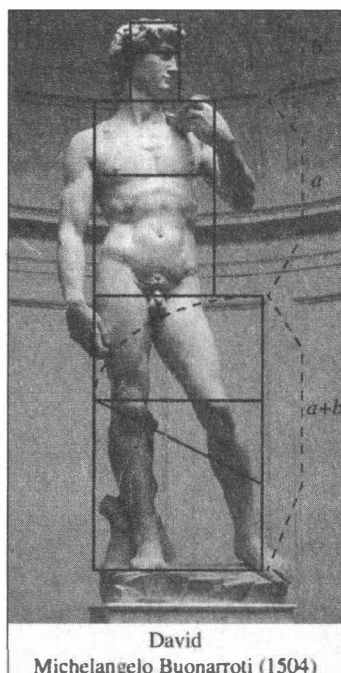


Рис. Ц-22.8. Ближний объект привлекает больше внимания

Дизайнерские правила создания веб-страниц

В скульптуре, архитектуре, живописи и ряде других видов творчества существует закон «золотого сечения» и множество других правил, ведущих к гармоничному результату восприятия произведения (рис. 22.9). Подобные законы действуют и в веб-дизайне.



David
Michelangelo Buonarroti (1504)

Рис. 22.9. Скульптура построена на правиле:
высота головы + высота торса = длине ног

Научить профессиональному дизайну непросто. Здесь нужно наличие таких качеств, как талант, творческое воображение, художественный вкус, интуиция. Эти

понятия не поддаются математическому описанию и у многих людей попросту отсутствуют.

Слишком большое количество объектов

Начинающие веб-дизайнеры при создании страниц вставляют в них слишком большое количество разных объектов, и главный объект теряется среди прочих. Это является композиционной ошибкой, так как создает пестроту и отвлекает внимание от основной идеи сайта. В композиции не должно быть ничего лишнего, что отвлекает от главного. Иначе говоря, в правильной композиции ни один из элементов нельзя изъять, добавить или передвинуть без ущерба для целого. Лишнее (не нужное, второстепенное) нарушает идею композиции.

Рассмотрим для примера изображения на рис. Ц-22.10. В них слишком много разных объектов, что создает пестроту и рассеивает внимание. Большое количество разных предметов вызывает ощущение сумятицы и неразберихи (беспорядочности и бардака). Та же история с большим количеством разных цветов в разноцветном сайте. Как уже не раз подчеркивалось, в дизайне веб-страниц лучше использовать 2–3 цвета, не более.



Рис. Ц-22.10. Пример, когда большое число объектов мешает сосредоточиться и выделить главное

Несоответствие идеи и содержания

Несоответствие идеи сайта и его контента — ошибка. К примеру, если проект рекламирует медикаменты, то в нем может быть неуместно изображение цветов или автомобилей, на фоне которых теряется само изображение медикаментов. А зачастую красивые объекты — будь то симпатичные девушки или шикарные автомобили — вставляют и к месту, и не к месту (рис. Ц-22.11).



Рис. Ц-22.11. Баннер с неудачным соответствием идеи и ее воплощения

Негативные ассоциации у зрителя в связи с изображениями на вашем сайте

Негативные ассоциации — это тоже ошибка. Иллюстрация, сопровождающая текст, может быть любой. Главное, чтобы она своим внешним видом не отталкивала пользователя, а, наоборот, располагала к себе, настраивала на позитив. Причиной негативной ассоциации на религиозной основе для мусульманина может стать изображение свиньи или собаки, которые считаются в исламе нечистыми животными. Христиане могут отрицательно реагировать на то, что в рубленых шрифтовых гарнитурах прописная буква «Т» имеет вид креста. А в уголовной среде негативные ассоциации вызовут изображения петуха, крысы и козла. Абстрактные знаки, которые не конкретизируют объект, чаще всего вызывают у зрителя нейтральные ассоциации.

Оступы между объектами

Оступы между элементами на страницах сайта не должны быть случайными и беспорядочными. Чтобы сайт не выглядел небрежно выполненным, необходимо выдерживать между его объектами симметричные зазоры (рис. 22.12). Отступы не должны быть очень малы, чтобы объекты не сливались и не наезжали друг на друга. Во многих случаях можно делать отступы, равными 150 рх.

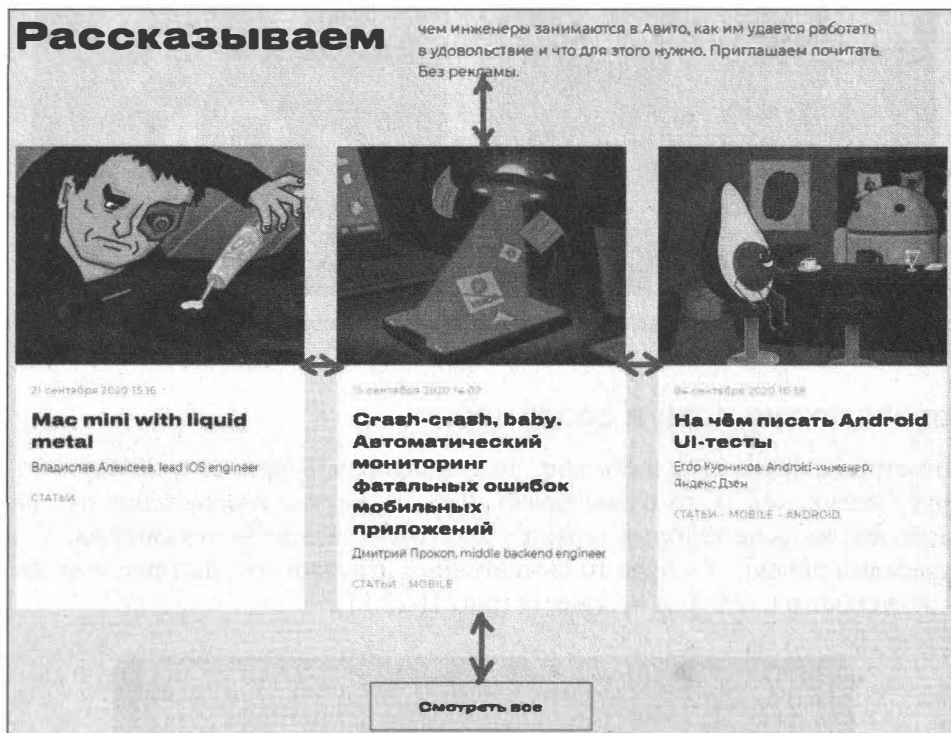


Рис. 22.12. Пример продуманного использования расстояний (отступов) между объектами

Оформление отступов для изображений также следует продумывать. Заголовок для фото и надпись под фото не должны «прилипнуть» к изображению (рис. 22.13). Маленький размер отступов плохо сказывается на удобочитаемости и восприятии такой информации пользователями.

Можно условно выделить четыре типа отступов (рис. 22.14): межблочные (1), между заголовком и основным текстом (2), между изображениями (3) и между изображением и его надписью (4).

Закон контраста

Контраст — это не только белое и черное. Он имеет множество разновидностей, оттенков и смыслов. Композиция может быть также построена на контрасте толстого и тонкого, нового и старого, большого и маленького, старого и молодого, теплого и холодного и т. д. (рис. Ц-22.15). Часто контраст применяется как прием повышения выразительности.



Рис. Ц-22.15. Контрасты «старый — молодой» и «толстый — тонкий»

Несмотря на то, что контраст основан на различиях, он не может быть использован в отношении совершенно разных объектов — тех, у которых нет ничего общего. Например, мы можем сравнить Россию и Америку, но сравнение футбола и дерева лишено смысла. Реальными аспектами контраста могут выступать: форма, размер, расстояние, цвет, текстура, шрифт. Отсутствие контраста зачастую может восприниматься зрителем как ошибка композиции (рис. 22.16).

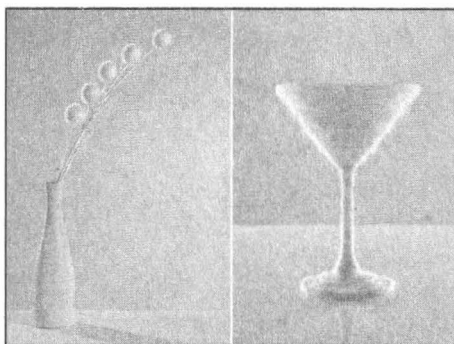


Рис. 22.16. Примеры плохого контраста (белое на белом)

Закон баланса (уравновешенная композиция)

В симметричной композиции все ее части уравновешены. При зрительном равновесии композиции элементы изображения, расположенные в разных частях кадра, соответствуют друг другу по объему, размеру и цвету. Обеспечение уравновешенности композиции всех элементов кадра — важное условие получения удачной композиции изображения. При этом под «уравновешиванием» подразумевается равноценность при размещении различных объектов (например, света и тени). Примеры неуравновешенной композиции приведены на рис. Ц-22.17.

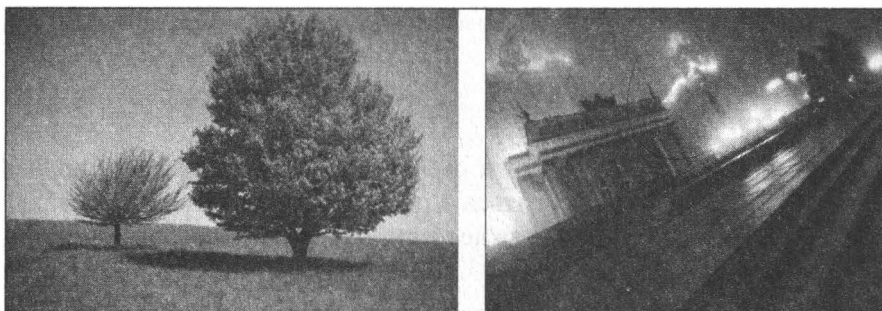


Рис. Ц-22.17. Зрительное равновесие нарушено — баланса нет

Точно так же, на рис. Ц-22.18 преобладание зрительной массы объектов в верхней части кадра создает эффект неустойчивости. Психологическая подоплека этого эффекта основана на подсознательном опасении, что нависшая над головой масса может рухнуть. Впрочем, неравновесные композиции также имеют право на существование — вопрос лишь в том, какую цель преследовал автор изображения, и какое ощущение у зрителя он стремился создать.

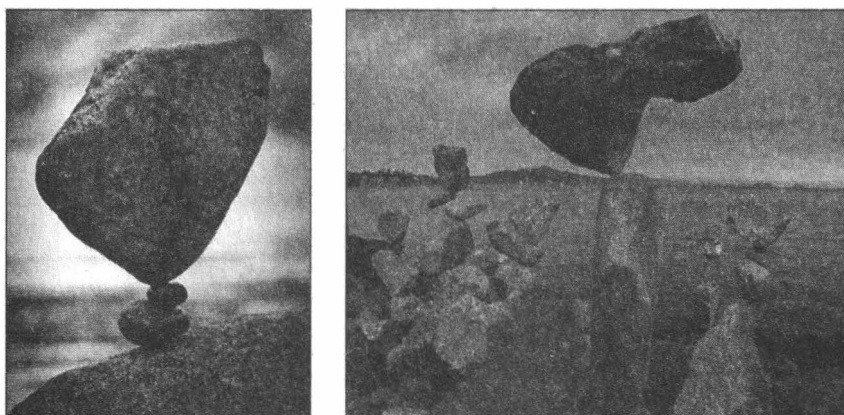


Рис. Ц-22.18. Примеры визуально неустойчивых объектов

На рис. Ц-22.19 показан симметричный баланс изображения: чашка слева зрительно «уравновешивает» зерна кофе справа — визуальное равновесие соблюдено.

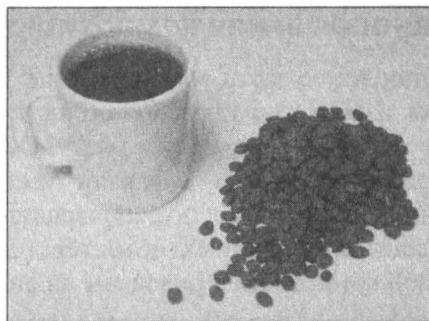


Рис. Ц-22.19. Пример уравновешенного (сбалансированного) изображения

Правило взгляда и движения

По законам правильной композиции в стороне взгляда и движения должен быть «воздух» — взгляд не должен упираться в рамку изображения (рис. Ц-22.20). И на рис. Ц-22.21 показано, насколько важнее оставить свободное пространство перед объектом, а не позади него.

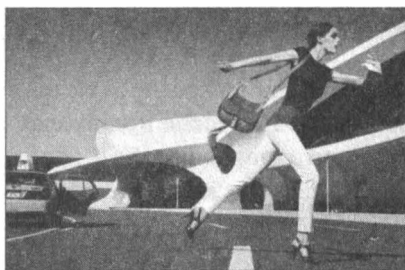


Рис. Ц-22.20. Пример неправильной композиции — нарушен закон движения и взгляда

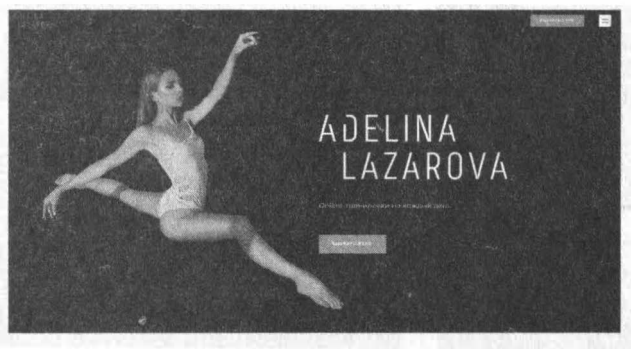


Рис. Ц-22.21. Правильное размещение 2D-объектов

Таким образом, при построении композиции всегда нужно учитывать путь следования движущихся объектов и оставлять им пространство для продолжения движения (рис. Ц-22.22).



Рис. Ц-22.22. Слева — правильно, справа — неправильно

Необычное привлекает

Любая веб-страница — это публикация, на которой информация должна привлекать внимание, чтобы ее читали. Привлечь внимание смотрящего можно нестандартным рисунком — например, таким, как показано на рис. Ц-22.23. Конечно, при этом изображение не должно быть порнографическим, шокирующим, полной безвкусицей и должно соответствовать идеям вашего сайта.

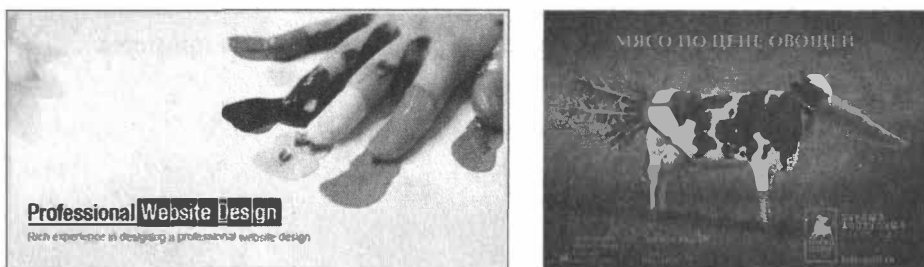


Рис. Ц-22.23. Изображения, привлекающие внимание своей необычностью

Один из способов акцентировать внимание на каком-либо предмете — это прямо указать на него. Для этого применяются различного рода указатели — от простых линий и стрелок до направляющих рук и взглядов (рис. 22.24).



Рис. 22.24. Заготовка баннера как пример привлечения внимания зрителя с помощью указателя

Закон нарушения целого

Дизайнерская ошибка — обрезать человеку на фотографии руки, ноги, голову (рис. Ц-22.25). При этом нарушается целостность изображения, его естественный вид.

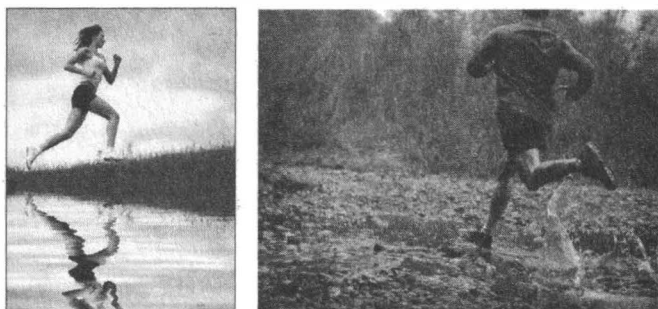


Рис. Ц-22.25. Закон целого нарушен

Вопросы для самопроверки

- ◆ Что такое дизайн?
- ◆ Что такое композиция веб-страницы?
- ◆ Какие вы знаете средства композиции?
- ◆ Каковы особенности цветной композиции?
- ◆ Назовите законы цветной композиции, приведите типовые примеры.
- ◆ В чем заключается правило золотого сечения?
- ◆ Какие правила шрифтового дизайна вам известны?
- ◆ Приведите примеры типичных ошибок в дизайне.

Задание

1. Найдите в Интернет 10 композиционных ошибок на сайтах. Какие законы композиции в них нарушены?
2. В подвале сайта **Tilda Publishing** изучите раздел **Статьи по дизайну** (рис. 22.26).

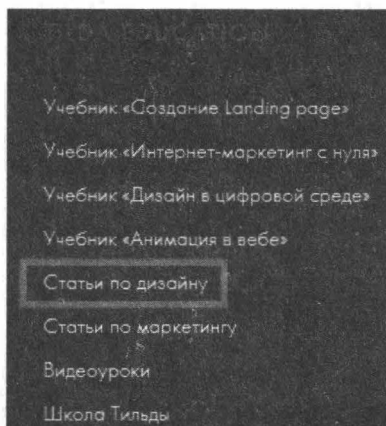
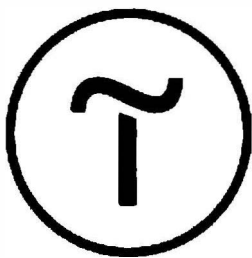


Рис. 22.26. Раздел **Статьи по дизайну** на сайте **Tilda Publishing**



Часть IV

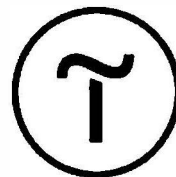
Приложения

Приложение 1. Пример брифа на разработку сайта на платформе Tilda

Приложение 2. Поэтапный (поблочный) расчет времени работы над блоками проекта на платформе Tilda (создание лендинга «XYZ»)

Приложение 3. Договор № ____ на оказание услуги по созданию продающей страницы (Landing Page)

Приложение 4. Словарь веб-мастера



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Пример брифа на разработку сайта на платформе Tilda

Выделите нужный пункт:

Тип проекта

- Landing page (одностраничник);
- Многостраничный сайт.

Цветовая гамма

- Белый с добавлением небольших цветных акцентов;
- Светлая пастельная гамма;
- Темная гамма;
- Использовать монохромные темы (черный, белый, серый);

Я хочу определенные цвета. (Напишите, какие цвета вы хотите видеть в дизайне)

По восприятию

- Нейтральный;
- VIP, представительский, стильный, строгий;
- Креативный, дизайнерский, вызывающий;

Примеры сайтов

Введите адреса сайтов (необязательно вашей направленности), которые вас устраивают и на стиль которых можно ориентироваться (1-2 примера). Сайты, которые нравятся (адрес или фото)

Введите адреса сайтов, которые вам не нравятся

Исходники и материалы для сайта

Загрузите все материалы, которые должны использоваться в дизайне на файлообменник, на компакт-диск или флешку (логотип, фирменные шрифты, цвета, иллюстрации, фотографии и т. д.)

Комментарий

Добавьте, что вы хотите видеть на сайте, кроме вышеперечисленного

Ваши контакты

Ф.И.О.

Email

Телефон

Дополнительные контакты: например, Skype или WhatsApp

Ваш аккаунт на платформе Tilda

Логин

Пароль

Существующий у вас сайт (если есть)

Вид деятельности (направленность) для вашего сайта

Конкуренты на рынке (ссылки на их сайты)

Целевая аудитория (для кого делаем сайт)

Домен будущего сайта (если есть)

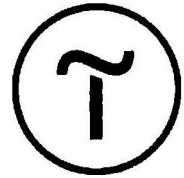
Если у вас остались вопросы, свяжитесь со мной:

Тел: +7 E-mail:

Бриф от имени заказчика подготовил:

 ()

(Подпись)



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Поэтапный (поблочный) расчет времени работы над блоками проекта на платформе Tilda (создание лендинга «XYZ»)

Поиск идеи и референсов, создание концепции дизайна лендинга - 4,2 часа

Новый термин

Референсы — это примеры того, на что следует ориентироваться при создании концепции дизайна сайта.

Блок "Главная страница" - 0,8 часа

Блок "1" - 0,7 часа

Блок "2" - 0,8 часа

Блок "3" - 0,7 часа

Блок "4" - 0,5 часа

Блок "5" - 0,5 часа

Блок "6" - 1 час (2 Block)

Блок "7" - 0,8 часа

Блок "8" - 0,3 часа

Блок "9" - 1 час (2 Block)

Блок "10" - 0,3 часа

Блок "11" - 1 час (2 Block)

Блок "12" - 0,6 часа

Блок "Подвал" - 0,5 часа

Блок "Меню" (шапка) - 0,5 часа

Страница "Ошибка 404" - 0,3 часа

Настройка форм приема заявок, title, description, keywords, добавление сайта на индексацию в Yandex и Google, подключение приемщиков данных, подключение Яндекс.Метрики - 1 час.

Согласование и внесение правок - 2,5 часа.

ИТОГО: 18 часов

Стоимость 1 часа: 1000 р.

ИТОГО: 18000 рублей.

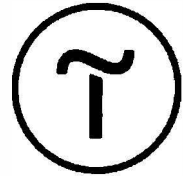
ЭТАПЫ РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ (ЛЕНДИНГ)

1. Бриф + Т.З. (или договор), предоплата 50% (на карту).
2. Получение контента от заказчика (фото, тексты, видео и др.).
3. Получение доступа к аккаунту Tilda, на котором будет происходить разработка сайта.
4. Поиск примеров, на которые следует ориентироваться при создании концепции дизайна сайта.
5. Формирование дизайна сайта (цвет, шрифты, 2D-геометрия объектов на страницах сайта). Проект главной страницы.
6. Утверждение дизайна заказчиком, внесение корректировок (при необходимости).
7. Создание пошаговой анимации объектов (если это нужно).
8. Адаптация Z-блоков под мобильные устройства.
9. Заказчик формирует список корректировок по всем блокам – внесение этих уточнений в проект (количество корректировок сайта следует оговорить заранее, чтобы этот процесс не был бесконечным).
10. Привязка сайта к домену.
11. Заказчик принимает работу, оплачивает остаток (50% от стоимости работ), подписываем акт выполненных работ, исполнитель пересылает сайт на хостинг заказчика.

ПЛАНИРУЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ И СРОКИ РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ (ЛЕНДИНГ)

Срок разработки лендинга на Tilda: 7 рабочих дней. Все страницы будут выполнены в стандартных блоках, и три блока будут Zero (нестандарт). Сайт будет полностью адаптирован под компьютеры, ноутбуки, планшеты и смартфоны. Сайт будет максимально оптимизирован в рамках работы с Tilda (в основном это касается оптимизации изображений) и нацелен на скорость открытия на устройствах. Сайт будет добавлен на индексацию в Яндекс и Google. Над сайтом будет проведена базовая SEO-оптимизация: Заголовок, Описание, Теги H1, H2, keywords.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3



Договор № ____ на оказание услуги по созданию продающей страницы (Landing Page)

Город _____ «__» _____ 20_____

НАИМЕНОВАНИЕ ЗАКАЗЧИКА, именуемый в дальнейшем ЗАКАЗЧИК, с одной стороны, и
НАИМЕНОВАНИЕ ИЛИ ФИО ИСПОЛНИТЕЛЯ, именуемый в дальнейшем ИСПОЛНИТЕЛЬ, с другой
стороны, вместе именуемые Стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем:

Предмет договора

1. Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется:

1.1. Выполнить комплекс работ по созданию Landing Page (целевая страница с описанием услуг компании Заказчика) на основе заполненного брифа (документ-анкета с информацией для создания целевой страницы) и данных предоставленных в ходе предварительной переписки по электронной почте.

Права и обязанности Заказчика

2. Заказчик обязуется:

2.1. Принять условия настоящего договора и строго выполнять все его требования.

2.2. Принять дизайн-макет, предоставленный Исполнителем. В случае отказа - последующие изменения дизайн-макета будут произведены за отдельную плату.

2.3. Предоставить Исполнителю в электронном виде материалы, необходимые для изготовления веб-сайта: набор изображений и текстовых материалов для размещения на сайте, а также прочие материалы, необходимые, по мнению Заказчика или Исполнителя, для создания сайта.

2.4. Заказчик несет полную ответственность за содержание и достоверность рекламной информации, а также за юридическую правомерность использования логотипов и названий фирм, в соответствии с законодательством РФ.

2.5. В случае внесения Заказчиком самостоятельных изменений в содержание сайта, Исполнитель ответственности за сохранность внешнего вида (дизайна) сайта не несет.

2.6. В случае внесения Заказчиком самостоятельных изменений в программный код сайта, Исполнитель ответственности за работоспособность сайта не несет. Сайт снимается с технической поддержки, и все работы по сайту, связанные с работоспособностью сайта, осуществляются на дополнительной платной основе.

Права и обязанности Исполнителя

3. Исполнитель обязуется:

3.1. Создать веб-сайт согласно заполненному брифу и Т.З.

3.2. По просьбе Заказчика своевременно знакомить Заказчика с ходом выполнения работ по настоящему Договору.

3.3. Предоставить не более 2 вариантов дизайн-макета будущего сайта.

3.4. Исполнитель оставляет за собой право на размещение в нижней части страницы разработанного сайта ссылки на исполнителя этого сайта.

Срок выполнения услуг

4. Срок реализации проекта составляет _____ рабочих дней.

4.1. Исполнитель обязан приступить к оказанию услуг на следующий рабочий день после получения от Заказчика предоплаты в размере 50% от стоимости договора.

4.2. Исполнитель обязуется в течение оговоренного срока создать полнофункциональный сайт с шаблоном согласно документу Бриф.

4.3. Срок оказания услуг по настоящему договору устанавливается от даты заключения договора до момента его расторжения по требованию любой из сторон.

Стоимость услуг и порядок оплаты

5. Стоимость услуги создания сайта составляет _____ рублей 00 копеек.

5.1. В течение 3 дней после заключения договора Заказчик обязуется перечислить на расчетный счет Исполнителя аванс в размере 50% от стоимости договора в размере _____ рублей 00 копеек.

5.2. Еще 50% от стоимости договора, в размере _____ рублей 00 копеек, Заказчик обязуется перечислить на расчетный счет Исполнителя в течение 3 (трех) дней после подписания акта об оказании услуги.

Срок действия договора

6. Настоящий Договор вступает в силу с момента получения аванса за услугу Исполнителю и действует до момента выполнения сторонами своих обязательств.

6.1. Сроки выполнения работ отсчитываются с момента заключения настоящего Договора.

6.2. В случае задержки Заказчиком предоставления необходимых Исполнителю материалов, дата сдачи работы сдвигается на срок этой задержки.

Конфиденциальность

7. Исполнитель обязуется сохранять в тайне всю коммерческую информацию, не относящуюся к категории общедоступной, которую он получил от Заказчика во время срока действия Договора, даже если она не была обозначена как секретная или конфиденциальная.

Ответственность сторон

8. В случае неоказания услуг Исполнителем в срок Исполнитель обязуется выплатить Заказчику неустойку. Размер неустойки составляет 5% от суммы договора за каждый день просрочки.

8.1. За просрочку оплаты услуг, оказанных в соответствии с настоящим договором, Заказчик уплачивает Исполнителю неустойку в размере 5% от суммы договора за каждый день просрочки.

8.2. Уплата неустойки не освобождает Стороны от исполнения своих обязательств по настоящему Договору.

8.3. Обязанность по уплате неустойки возникает у соответствующей Стороны после того, как ею будет получена претензия заинтересованной Стороны с обоснованным расчетом пени, либо после того, как арбитражный суд вынесет решение присудить пени заинтересованной Стороне, если претензия не была выставлена или не признана Стороной, которой она была направлена.

8.4. Исполнитель не несет ответственности за содержание и качество распространяемой Заказчиком в сети Интернет информации, товаров и услуг Заказчика.

8.5. Заказчик, в случае нарушения им авторских прав Исполнителя, отвечает за каждый случай такого нарушения в полном объеме, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

8.6. Заказчик гарантирует, что, передавая Исполнителю информационные материалы, он не нарушает права третьих лиц. Правами на информационные материалы обладает Заказчик либо указанные им лица.

Форс-мажорные обстоятельства

9. Под форс-мажорными обстоятельствами подразумеваются такие явления, которые находятся вне контроля сторон и в случае которых выполнение обязательств согласно настоящему Договору становится невозможным. Это такие ситуации, как пожар, наводнение, землетрясение и т.п.

9.1. Если форс-мажорные обстоятельства имеют место и препятствуют сторонам своевременно выполнить обязательства, то стороны, находящиеся в таких экстремальных условиях, освобождаются от исполнения обязанностей до прекращения действия указанных форс-мажорных обстоятельств при условии, что сторона, подвергшаяся действию форс-мажорных обстоятельств, немедленно уведомит другую сторону о случившемся с подробным описанием создавшихся условий.

Расторжение Договора

10. Стороны имеют право на односторонний отказ от исполнения настоящего договора в порядке и по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации, при этом уведомив Исполнителя не позднее, чем за 7 рабочих дней до расторжения настоящего Договора.

10.1. В случае одностороннего отказа от настоящего Договора Исполнитель возвращает Заказчику полученные авансом денежные суммы за вычетом стоимости оказанных услуг, уже произведенных Исполнителем до момента получения одной из Сторон извещения об отказе от исполнения договора.

Прочие условия

11. Все договоренности по предмету настоящего Договора, достигнутые Сторонами ранее, теряют силу с момента подписания настоящего Договора.

11.1. Все документы, признаваемые Сторонами как часть Договора, являются таковыми только после подписания их Сторонами.

11.2. Исполнитель имеет право разместить ссылку на сайте Заказчика на свой сайт с указанием видов работ.

11.3. Стороны обязуются не разглашать и не использовать в своих интересах, а равно в интересах третьих лиц, деловую, коммерческую, техническую и иную конфиденциальную информацию, ставшую им известной в связи с заключением и исполнением настоящего Договора, а также иные сведения, касающиеся деятельности Сторон, как в период действия настоящего Договора, так и в течение 3 лет после его завершения.

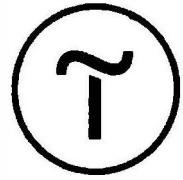
11.4. Любые уведомления, направляемые любой Стороной, вручаются адресату лично или иным способом с подтверждением получения.

11.5. Всякие изменения и дополнения к настоящему Договору будут действительны лишь при условии, что они совершены в письменной форме и подписаны уполномоченными на то лицами обеих Сторон. Все приложения и дополнения являются неотъемлемой частью данного Договора.

11.6. Настоящий Договор составлен в 2 экземплярах, имеющих равную юридическую силу по одному экземпляру для каждой из Сторон.

Реквизиты и подписи Сторон

Исполнитель	Заказчик
Контактная информация:	Контактная информация:
Подпись	Подпись



ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Словарь веб-мастера

А

- ♦ **Абсолютный адрес сайта** включает в себя протокол **http://**, доменное имя и путь к файлу. То есть это полная ссылка на файл в сайте — вместе с доменом и субдоменами.
- ♦ **Анимация** (от лат. *animatio* — оживление) — создание впечатления оживления и движения объектов изображения. Анимацией не стоит злоупотреблять. Обычно ее используют как инструмент для создания акцентов.

Б

- ♦ **Бейджик** — это превью сайта, а также отображение ссылки на сайт в соцсетях. Оптимальный размер бейджика в социальной сети Facebook: 1200×630 пикселей.
- ♦ **Бриф** (от англ. *brief* — инструкция) — письменная форма согласия между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего сайта (веб-проекта). Другими словами, бриф — это инструкция от заказчика для исполнителя, в которой описано, как будет выглядеть (из чего будет состоять) нужный заказчику сайт.

Д

- ♦ **Домен** — уникальный адрес сайта, который вы видите в браузере. Домены продают компании-регистраторы доменов — такие, например, как **REG.RU** и др. Примерная стоимость домена в зоне **.ru** — 200 рублей в год. Альтернативное определение домена: домен — это зарегистрированное в Сети имя сайта, набрав которое в строке поиска или ввода интернет-адреса (URL), можно перейти на необходимый ресурс (сайт).

К

- ♦ **Каноническая ссылка** сообщает поисковым системам о том, что некоторые похожие интернет-адреса (URL) сайта на самом деле являются одинаковыми.

Всегда имеет смысл отредактировать каноническую ссылку на страницу, то есть сделать интернет-адрес удобным и понятным для пользователей. Например, вместо автоматически сгенерированной ссылки на страницу контактов: **https://zavod_garo.tilda.ws/page1234567.html** лучше привести понятный человеку вариант: **https://zavod_garo.tilda.ws/contact/**. Точно так же вместо ссылки: **<https://project2874650.tilda.ws/>** можно дать ее более понятный вариант: **https://project2874650.tilda.ws/marina_novgorod**.

Л

- ♦ **Лендинг** (англ. Landing page) — страница из нескольких блоков, продвигающая продукт (товар) или услугу.

М

- ♦ **Мессенджер** (Instant Messaging Service) — служба мгновенных сообщений.

Н

- ♦ **Нулевой блок** (Zero Block) — встроенный редактор для веб-дизайна в составе Tilda. Он позволяет не использовать готовые блоки из библиотеки, а «с чистого листа» создать собственное (уникальное) оформление вашего сайта.

О

- ♦ **Относительный адрес сайта** — по мере необходимости используется в Tilda. В отличие от абсолютного адреса, в нем отсутствует протокол и адрес домена. Относительный адрес рассчитывается, исходя из текущего домена, а браузер уже сам достраивает полный адрес файла автоматически.

П

- ♦ **Программный интерфейс приложения** (API, Application Program Interface). Чтобы использовать API, нужен API key (ключ), используемый API для опознавания сервисом клиента. По этому ключу сервис определяет, какие данные можно отдавать определенному клиенту.
- ♦ **Протокол для передачи данных с криптографическим SSL-соединением** (HTTPS). Чтобы его настроить, необходимо установить цифровой SSL-сертификат.
- ♦ **Поп-ап** (Pop-Up) — всплывающие окна на сайтах, которые привлекают внимание пользователя и содержат призыв к выполнению определенного действия, — например, подписаться на email-рассылку, указать свой номер телефона, вступить в сообщества и т. д.

С

- ♦ **Субдомен** — это уже не сам сайт, а его раздел (как каталог и подкаталог). Например, если домен выглядит так: **tilda.ws**, а субдомен так: **ivan.tilda.ws**, то это означает, что внутри сайта **tilda.ws** будет раздел про некоего Ивана.
- ♦ **Система работы с заявками клиентов** (CRM, Customer Relationship Management). Использование CRM автоматизирует и повышает процесс продаж.
- ♦ **Сниппет** (от англ. snippet — отрывок, фрагмент) — фрагмент сайта, применяемый в поисковых системах. Иными словами, это краткое информация про то, о чем идет речь на сайте.

Т

- ♦ **Telegram** (Телеграм) — приложение для обмена сообщениями (безопасное, быстрое и бесплатное).
- ♦ **Типограф** — инструмент Tilda, который автоматически заменяет в тексте все «неправильные» кавычки и тире, убирает лишние пробелы, а также ставит неразрывные пробелы, чтобы в тексте не было «висячих» предлогов и строк. Например, дефис «-» — орфографический знак, а тире «—» — пунктуационный знак. «Елочки» — это французские кавычки (им отдается предпочтение в русском языке), а "английские двойные" кавычки принято использовать в англоязычных текстах.
- ♦ **Триггер** — средство анимации, позволяющее задать действие выделенному элементу. Например, триггером может быть щелчок мыши. Использование триггеров делает объекты интерактивными. Примером такого интерактивного объекта может быть любой роlover.

Х

- ♦ **Хостинг** — это место для «проживания» вашего сайта в Сети. Иначе говоря, хостинг — это услуга в Интернете по предоставлению вам сервера для размещения на нем вашей информации в виде сайта. Организации, которые предоставляют эти услуги, называются хостинг-провайдерами. Для организации хостинга используются мощные компьютеры (серверы) с жесткими дисками больших объемов, которые имеют круглосуточный доступ в Интернет.

Предметный указатель

A

API (Application Program Interface) 153
API Key сервиса 163
API-ключ UniSender 153, 154

B

Basic Animation (базовая анимация) 180
Brief 38, 46

C

Сервис Whois 85
Способ Drag-and-Drop 38

D

DNS-сервер 197, 198, 199, 200

F

Favicon 44
Footer (подвал) 43

G

Grid Container 49, 52, 53, 65

H

Header (шапка) 43
HTML-код 39

I

ID блока 71, 73, 74, 166
IP-адрес 192, 197, 200

L

Landing page 158, 167

S

SEO-оптимизация 20, 23
Snippet 130, 132, 139
Step-by-step Animation (пошаговая анимация) 180

T

Tilda CRM 21

W

Window Container 49, 65
WordPress 20, 21, 22, 34, 138

А

Абзац 295
Абсолютный адрес сайта 66
Адаптивность 61, 65
Акценты 79, 80
Анимация 56, 180, 182, 183, 184, 185, 186, 188

Б

Базовая анимация 180, 182
Бейджик 115, 116, 125, 130, 159, 161, 168, 170, 249
Бесплатный тариф 23
Библиотека блоков 42
Биржа фриланса 259, 273
Битовая глубина цвета 313
Бриф 38, 174, 178, 274, 275, 276, 278

В

Векторный шрифт 287
Виджет 22, 119, 120, 122, 123, 125, 223, 231, 232, 233
Внутренняя страница 246, 248, 249, 250, 251

Г

Гарнитура 289, 290
«Горячие» клавиши 49, 50
Главная страница 246, 247, 249, 250, 251
Гротески 284

Д

Дизайн 320
Домен 85, 140, 158, 168, 192, 199, 201
Доменная зона 198
Доменное имя 192, 197, 199

З

Засечки 283

И

Инструмент Типограф 79, 80, 88
Интерлиньяж 299, 300
Интернет-магазин 20, 21, 32, 91, 111, 259
Интерфейс Tilda 35, 46
Искусство композиции 321

К

Каноническая ссылка 132
Карта блоков 138
Карточка товара 91, 92, 93, 94, 96, 97, 98
Каталог товаров 93, 94, 95
Код карты 117
Колбочки 308
Композиция 320, 321, 330
Конструктор карт Яндекса 116
Корзина 97, 101, 102, 103, 105, 106, 107, 109, 110
Корпоративный сайт 33
Красная строка 295
Курсив 287, 290, 291

Л

Лендинг 22, 32, 138, 158, 166, 259
Литера 283, 285, 286, 288
Личный кабинет Tilda 23
Лонгрид 34

М

Маски 238
Мессенджер (Instant Messaging Service) 166
Метка 71, 74
Метод Drag-and-Drop 52
Многостраничник 246
Многостраничный сайт 32

Н

Наклонный шрифт 291
Направляющие линии 325
Насыщенность 298
о шрифта 212

Начертание 291
Негативные ассоциации 328
Нулевой блок 43, 47, 49

О

Область
◊ окна (Window Container) 49
◊ сетки (Grid Container) 49
Одностраничный сайт (лендинг) 22
Окно Pop-up 107
Онлайн-сервис
◊ Tilda Publishing 19
◊ TinyPNG 29, 34
Относительный адрес сайта 67
Оформление отступов для изображений 330
Ошибка 404 44, 45

П

Палочки 308
Панель
◊ веб-мастера Tilda 136, 137
◊ управления сайтами 35, 40
◊ управления сайтом 159
Партнерская программа 25, 34, 36
Партнерская ссылка 275
Платежная система Яндекс.Деньги 101, 103
Платежные системы 20, 21, 99, 106, 110
Подвал сайта (Footer) 253
Поддержка пользователей 45
Подключение домена к Tilda 193, 199
Поисковые системы 39
Портфолио 259, 274
Пошаговая анимация 180, 185
Промосайт 33
Протокол
◊ HTTP 128, 139, 202, 205, 208
◊ HTTPS 128, 129, 139, 202, 204, 205, 206, 208
Прототипирование
◊ дизайна сайта 260
◊ сайта 265
Псевдомногостраничник 168
Пуансон 289

Р

Рассылка 140, 141, 142, 146, 154, 155, 156
Растровый шрифт 286
Регистрация
◊ домена 193
◊ на Tilda 22
Редактор Zero Block 19, 20, 38, 43, 47, 48, 49, 50, 61, 65, 112, 113

С

Сайт портфолио 75, 88
Сайт-визитка 22, 25, 29, 32, 33, 34, 259
Сервис
◊ MailChimp 147, 151, 157
◊ Telegram 163
◊ Tilda CRM 120, 121
◊ UniSender 152, 153, 154, 155
◊ приема данных Email 123
Сервисы 235, 236, 242, 243, 245
◊ для отправки писем 144
◊ для принятия данных из форм 120
◊ приема данных 163
◊ приема данных из форм 243
Серифы 283, 289
Система
◊ Google Analytics 133
◊ Яндекс.Метрика 135
Скрипт 224, 226, 233
Слайдер 188, 190
Слайд-шоу 190
Служба
◊ DNS 208
◊ Google Search Console 135
◊ Яндекс.Вебмастер 135, 136, 139
Сниппет 130, 131, 132
Спектр 307, 308
Справочная система Tilda 111
Справочный центр 45, 46
Стиль текста 288
Субдомен 133, 134, 158, 168, 171, 192

Т

Tilda CRM 36
Тариф:
◊ Business 24
◊ Free 22, 23, 24
◊ Personal 23, 25

Тарифный план Tilda Personal 22

Текст 288

Текстовый фрейм 55

Теплый цвет 311, 315

Техническое задание 274, 275, 278

Типографская система мер 292

Ф

Форма:

◊ заявки 21

◊ обратной связи 23, 120, 122

Формат:

◊ GIF 75

◊ JPEG 75

◊ PNG 75

◊ SVG 75

◊ WebP 75

Формы приема данных 235

Фоторедактор Tilda 82

Х

Холодный цвет 311, 315

Хостинг 192, 274, 275, 279, 281

Ц

Цветовая модель 309, 310, 313

Цветовой режим 313

Цветовые:

◊ ассоциации 315

◊ режимы:

▫ Bitmap 313

▫ Grayscale 313

Цена сайта 274

Цифровой SSL-сертификат 202

Ш

Шаблон 38, 41

Шапка сайта (Header) 251

Шрифт 283, 287, 290

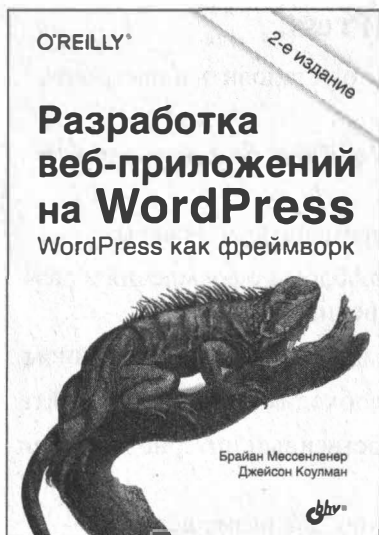
Шрифты 209, 210, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218

Я

Якорная ссылка 173

Якорь 71, 72, 73, 74, 171, 172, 178

Отдел оптовых поставок:
e-mail: opt@bhv.ru



- Сравните WordPress с традиционными средами разработки приложений
- Используйте темы для настройки внешнего вида и плагины для обеспечения функциональности бэкенда
- Получите советы по выбору и созданию плагинов WordPress
- Регистрируйте собственные типы записей (CPT) и таксономии
- Управляйте учетными записями, ролями пользователей и доступом к данным
- Настраивайте асинхронное поведение с помощью jQuery
- Используйте WordPress для разработки мобильных приложений для iOS и Android
- Интегрируйте библиотеки PHP, внешние API и плагины веб-сервисов
- Получайте платежи с помощью плагинов eCommerce и membership

- Узнайте, как ускорить и масштабировать приложение WordPress
- Расширьте WordPress REST API и создайте собственные конечные точки (custom endpoints)
- Узнайте о разработке блоков WordPress Gutenberg

WordPress — это гораздо больше, чем платформа для создания блогов. Если у вас есть базовый опыт работы с PHP, HTML, CSS и JavaScript, вы можете использовать WordPress для создания быстрых, масштабируемых, безопасных и настраиваемых веб-приложений, мобильных приложений, веб-сервисов и целых сетей веб-сайтов. Наряду с основными функциями WordPress и взаимодействием с базой данных вы узнаете, как разрабатывать собственные плагины, темы и сервисы практически для любого вида веб-приложений или мобильных приложений.

В обновленном втором издании рассказывается о новых функциях и возможностях, добавленных в WordPress, вплоть до версии 5.4. Все примеры кода из книги доступны на веб-сервисе GitHub.

Брайан Мессенленер — соучредитель нескольких веб-компаний, специализирующихся на разработке пользовательских и мобильных приложений на базе WordPress. Он создавал решения на базе WordPress для таких клиентов, как журнал TIME, компании NBC, Microsoft и Uber.

Джейсон Коулман помог запустить несколько стартапов, используя WordPress в качестве фреймворка для приложений. В настоящее время возглавляет разработку Paid Memberships Pro — коммерческого плагина для организации платной подписки.



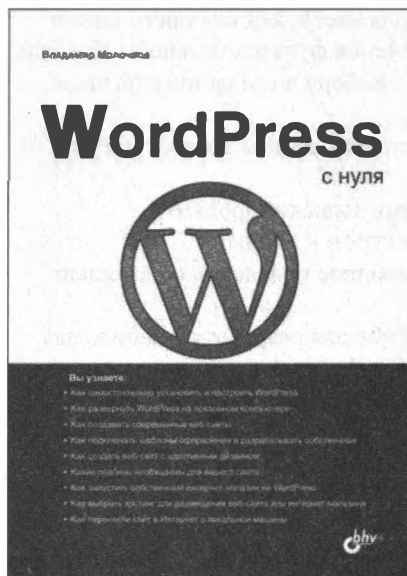
www.bhv.ru

Отдел оптовых поставок

E-mail: opt@bhv.ru

Молочков В. WordPress с нуля

Создай свой сайт с WordPress!



- Как самостоятельно установить и настроить WordPress
- Как развернуть WordPress на локальном компьютере
- Как создавать современные веб-сайты
- Как подключать шаблоны оформления и разрабатывать собственные
- Как создать веб-сайт с адаптивным дизайном
- Какие плагины необходимы для вашего сайта
- Как запустить собственный интернет-магазин на WordPress
- Как выбрать хостинг для размещения веб-сайта или интернет-магазина
- Как перенести сайт в Интернет с локальной машины

Программа WordPress — бесплатная система управления содержимым сайта с открытым исходным кодом. С помощью WordPress можно создавать как простые веб-сайты «визитки», так и сложные проекты — блоги, корпоративные порталы, интернет-магазины.

Прочитав книгу, вы узнаете, как установить и настроить WordPress на локальном компьютере, как выбрать подходящий хостинг и перенести разработанный вами сайт в Интернет. Вы научитесь создавать сайты, адаптированные для компьютеров, ноутбуков и различных типов мобильных устройств. Книга поможет выбрать подходящий шаблон оформления или разработать собственный с нуля. Используя плагины, вы сможете превратить ваш сайт в популярный блог, корпоративный портал или интернет-магазин.

Эта книга поможет вам с нуля построить свой первый веб-сайт на WordPress без знаний программирования и навыков дизайна, даже если до этого вы никогда не занимались веб-разработкой.

Владимир Петрович Молочков — кандидат педагогических наук, преподаватель высшей квалификационной категории Политехнического колледжа Новгородского госуниверситета им. Ярослава Мудрого. Автор 18 книг по компьютерной тематике и более 200 статей в СМИ.

самоучитель

Создание сайтов

на Tilda

Создай свой
сайт за час!



Владимир Петрович Молочков — кандидат педагогических наук, преподаватель высшей квалификационной категории Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. Автор 19 книг по компьютерной тематике, в том числе «WordPress с нуля», и более 200 статей в СМИ.

Научитесь быстро создавать сайты с помощью бесплатного конструктора Tilda! Вы сможете буквально за несколько часов разработать сайт-визитку, сайт-портфолио, многостраничный портал или запустить настоящий полнофункциональный интернет-магазин. Tilda позволяет собирать сайты различной сложности из готовых элементов и шаблонов при помощи мыши. Для этого не нужны знания в области программирования и дизайна, не потребуется осваивать специальные CMS или нанимать стороннего разработчика. Все, что вам нужно — немного свободного времени и эта книга!

ISBN 978-5-9775-6777-0



191036, Санкт-Петербург,
Гончарная ул., 20
Тел.: (812) 717-10-50,
339-54-17, 339-54-28
E-mail: mail@bhv.ru
Internet: www.bhv.ru

