





# مؤسسه آموزش عالی بهار

غیرانتفاعی - غیردولتی



## طراحی واسط کاربری

تهیه کننده: فرزاد زندی

[zandi\\_farzad@yahoo.com](mailto:zandi_farzad@yahoo.com)

[zandi8farzad@gmail.com](mailto:zandi8farzad@gmail.com)

# آنچه در این درس فرا می‌گیرید:

- ۱- مقدمه‌ای بر طراحی واسط کاربر
- ۲- اصول طراحی واسط کاربر
- ۳- مفاهیم بنیادی واسط کاربر
- ۴- فرآیند طراحی واسط کاربر
- ۵- تکنیک‌های طراحی واسط کاربر
- ۶- صحت‌سنجی و اعتبارسنجی واسط کاربر
- ۷- تکنیک‌های ارزیابی واسط کاربر
- ۸- ابزارهای واسط کاربر

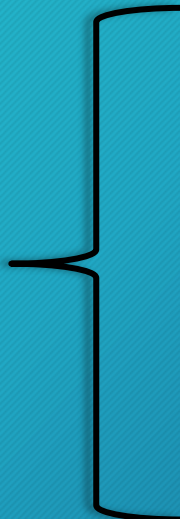


# آنچه از شما انتظار می‌رود:

- ۱- درک مفهوم واسط کاربر
- ۲- توانایی شناخت اصول طراحی واسط کاربر
- ۳- درک مفاهیم بنیادی واسط کاربر
- ۴- تشریح فرآیند طراحی واسط کاربر
- ۵- درک تکنیک‌های طراحی واسط کاربر
- ۶- توانایی صحت‌سنجی و اعتبارسنجی واسط کاربر
- ۷- شناخت تکنیک‌های ارزیابی واسط کاربر
- ۸- تشریح ابزارهای واسط کاربر



## نحوه ارزیابی نمره:

- 
- ۱- حضور مستمر
  - ۲- فعالیت کلاسی
  - ۳- انجام تمرینات محوّل شده
  - ۴- ارائه در کلاس
  - ۵- پروژه
  - ۶- امتحان میان ترم ۵ نمره
  - ۷- امتحان پایان ترم ۵ نمره
- ۱۰ نمره

جلسه اول:

تجربه کاربری  
یا  
رابط کاربری



# آنچه در این جلسه می‌خوانید:

- ۱- مقدمه
- ۲- طراحی تجربه کاربری
- ۳- مفاهیم مورد نیاز در حوزه UX
- ۴- فرآیند طراحی UX
- ۵- اصول طراحی UX
- ۶- طراحی رابط کاربری
- ۷- عناصر عمومی UI
- ۸- تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری

## مقدمه:

در دنیای رقابتی و پویای امروز، محصول و خدمتی موفق است که به بهترین نحو و شیوه ممکن، نیازهای کاربران و مشتریان خود را با بالاترین کیفیت برآورده سازد، ایجاد یک تجربه لذت بخش در برخورد با یک نرم افزار، وبسایت و شناسایی و پاسخ گویی صحیح به نیاز کاربران، مهمترین عامل موفقیت محصولات و خدمات نرم افزاری است.

ذهن ما همواره در حال طبقه بندی کردن تجربیات، آموزه ها و نکاتی است که تا به امروز آنها را تجربه کرده است. در دنیای نرم افزار ذهن ما برخی واسطه های کاربر را بیشتر از سایر واسطه های کاربر می پسندد، در برخی واسطه های کاربر، نحوه طراحی به گونه ای است که ذهن خودش مرحله بعدی یا گام بعدی در واسط کاربر را پیشگویی می کند. از طرفی برخی از این پیشگویی ها بر اساس مدل ذهنی ای که در ما نهادینه شده است صورت می گیرد. در مورد مدل های ذهنی در برخورد با واسطه های کاربری نرم افزار نیز الگوهایی وجود دارد.



# طراحی تجربه کاربری (User Experience) چیست؟

طراحی UX یا طراحی تجربه کاربری فرایند افزایش سطح رضایت کاربر از محصول یا خدمت از طریق بهبود عملکرد و سهولت استفاده و راحتی آن محصول یا خدمت است. در واقع، طراحی UX به معنی تولید محصولات و خدماتی است که تجربه‌ای با مفهوم و مرتبط برای کاربران ایجاد کند.

# مفاهیم مورد مطالعه در حوزه UX:

## • طراحی تعاملی:

طراحی تعاملی همان طور که از نامش پیدا است، تعاملات بین کاربر و محصول را تعریف می کند، با این هدف که این تعاملات تجربه ی دلپذیری برای کاربر فراهم کنند.

## • طراحی بصری:

در طراحی بصری، طراحان و توسعه دهندگان با استفاده از تصویرسازی، عکاسی، تایپوگرافی، فضا، طرح بندی و رنگ تلاش می کنند تجربه ی کاربری را بهبود دهند. در بخش طراحی بصری، اصول طراحی هنری نظیر تعادل، توازن، فضا، فاصله ها و کانتراست، اصول اساسی و ضروری به شمار می روند. رنگ، شکل، اندازه و سایر عناصر نیز طراحی بصری را تحت تأثیر قرار می دهند.



# مفاهیم مورد مطالعه در حوزه UX:

## • تحقیقات کاربر:

تحقیقات کاربر آخرین عنصر مهم طراحی UX است. تحقیقات کاربر درواقع همان تحقیقاتی است که شرکت‌ها برای درک نیازها و خواسته‌های مشتریان انجام می‌دهند. نکته مهم این است که نرم‌افزار در اصل باید مشکلی را حل کند؛ بنابراین، در گامی بسیار مهم باید دقیقاً نیاز مشتریان تشخیص داده شود. بدون این اقدام، طراحی صرفاً براساس حدس و گمان پیش می‌رود و احتمال ارزش‌آفرینی آن بسیار کم است.

## • معماری اطلاعات:

طراحان با استفاده از معماری اطلاعات، محتوا را ساختاربندی و برچسب‌گذاری می‌کنند تا کاربران به راحتی بتوانند اطلاعات مدنظر خود را بیابند. معماری اطلاعات یا IA در وبسایت‌ها، گوشی‌های هوشمند، اپلیکیشن‌ها و حتی مکان‌های فیزیکی استفاده می‌شود. سهولت استفاده و قابلیت یافتن دو عامل مهم معماری اطلاعات هستند.

# فرآیند طراحی UX:

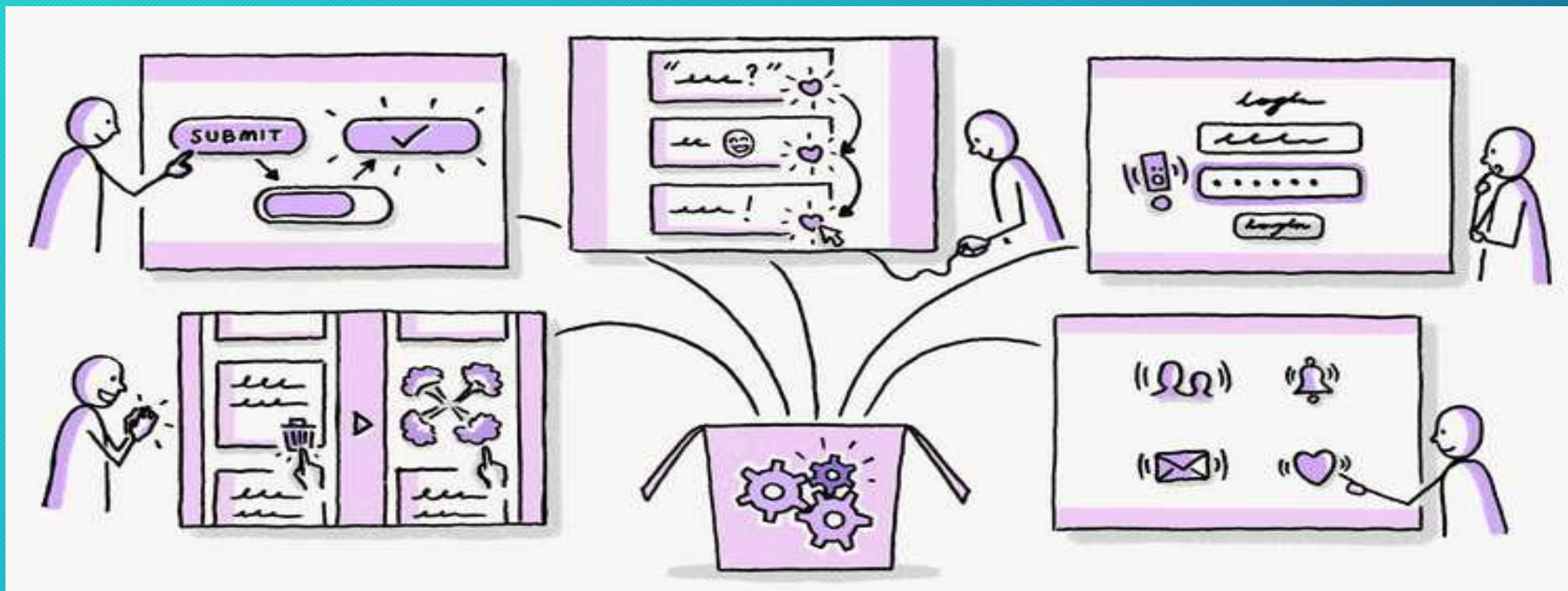
## فرایند طراحی UX شامل سه مرحله است:

- ۱- تحقیق درباره مخاطبان مدنظر و بررسی آنها.
- ۲- درک اهداف و چگونگی تأثیرگذاری این اهداف بر کاربران.
- ۳- بهره‌گیری از تفکر خلاقانه و خارج از چهارچوب برای ایجاد تجربه‌ای کاربرپسند و لذت‌بخش.

طراحی UX با رویکرد طراحی انسان‌محور و در سه مرحله مذکور، موضوعات هدفمندی برای کاربران خلق می‌کند. بنابراین، ابتدا طراحان عمیقاً به نیازهای افراد هدف طراحی توجه می‌کنند. سپس، طیف وسیعی از راهکارهای بالقوه برای مسأله مذکور ارائه می‌شود و پروتوتایپ‌های متعددی برای آزمون کاربران تولید می‌شوند و درنهایت، بهترین راه‌حل به مرحله اجرا می‌رسد.



# فرآیند طراحی UX:



# اصول طراحی UX:

حوزه UX دائماً در حال تغییر است؛ اما اصول آن همچنان برقرارند. طراحان نیز باید مشخص کنند از لحاظ توازن بصری و دیداری چه می‌خواهند. از یک طرف، مدیر پروژه خواهان نوعی طراحی درک‌کردنی و مفهومی است و از طرف دیگر، طراحی باید نیازهای کاربران را برآورده کند.

در حالی که UX قطعاً به روندها و فناوری جدید بستگی دارد، چندین اصل آن همیشه ثابت و بدون تغییر باقی می‌مانند. این اصول به طراحان کمک می‌کنند با روش‌شناسی متمرکز و پیوسته‌ای به مسائل مختلف نگاه کنند:

- **زمینه‌ساز بودن:**

هدف این است که کاربران دقیقاً بدانند در چه نقطه‌ای از سفر کاربری خود هستند. آنها هرگز نباید خسته شوند یا احساس گم‌شدن کنند. طراحی باید آنها را در این سفر راهنمایی کند.

- **نگاه انسانی:**

- اگر کاربران حس کنند که با ماشین در تعامل هستند، هرگز از تجربه خود لذت نمی‌برند. اگر بتوان شخصیت و در دسترس بودن برند را به کاربران نهایی نشان داد، اعتماد آنها به دست می‌آید.



# اصول طراحی UX:

- قابلیت پیدا کردن:

کاربران نمی‌خواهند وقت خود را تلف کنند. در طراحی UX موفق همه‌چیز به راحتی پیدا می‌شود و حرکت در وبسایت یا اپلیکیشن یا هر محصول دیگر بسیار آسان خواهد بود.

- طراحی سبک و ساده:

رک و مستقیم و بی‌پرده با مشتریان همراه شدن. با فراهم کردن تجربه‌های لذت‌بخش و سبک رابطه خوبی با کاربران می‌توان برقرار کرد.

- پرهیز از حواشی و موارد غیرضروری:

از هرگونه توضیح غیرضروری یا ایجاد لایه‌های متعدد باید پرهیز کرد. کاربران باید سریع و مستقیم به اصل مطلب برسند؛ زیرا انسان‌های امروزی ظرفیت کمی برای توجه به توابع غیرضروری دارند.

# طراحی رابط کاربری (User Interface) چیست؟

طراحی واسط کاربری، واسطی برای تعاملات و تبادلات اطلاعات بین کاربر و سیستم است. واسط کاربری زبان ماشین و زبان قابل فهم برای انسان را می‌داند.

- یک **طراح UI**، کسی است که واسط کاربری را طراحی می‌کند.

- کیفیت یک UI مستقیماً تعیین‌کننده ارزشی است که یک محصول به دست می‌آورد (وبسایت، اپلیکیشن، فروشگاه آنلاین و غیره).

- UI یک محصول، اولین چیزی است که کاربر با آن روبه‌رو می‌شود و اگر طراحی آن دلپذیر نباشد، احتمالاً از آن صرف‌نظر می‌کند.

- یک طراح UI خوب تلاش می‌کند کمتر از ایده‌های رایج استفاده کند و از طراحی برای بهتر جلوه دادن ویژگی‌های محصول استفاده می‌کند.



# عناصر عمومی UI:

## • اجزای اطلاعاتی:

طراحان UI به منظور بهبود تجربه مطالعاتی یا ارائه اطلاعات بیشتر، از اجزای اطلاعاتی استفاده می‌کنند. برخی از نمونه‌های اجزای اطلاعاتی عبارت‌اند از: **نمودارهای پیشرفت** و **اعلان‌ها** و **صندوق پیام‌ها**. طراحان با استفاده از این اجزا به کاربران نشان می‌دهند وظیفه‌ای را تکمیل کرده‌اند یا به آن‌ها اطلاع می‌دهند کار روی برخی نواحی ضروری است.

## • پیمایش خرده‌نانه (Breadcrumb Navigation):

ابزاری طراحی است که طراحان UI با استفاده از آن، قابلیت استفاده از وب‌سایت را به صورت تصویری افزایش می‌دهند. این ابزار به کاربران اجازه می‌دهد مکانشان را در وب‌سایت در قالب سلسله‌مراتب و رده‌بندی مشاهده کنند. پیمایش خرده‌نانه به ویژگی‌های بصری خاص و طراحی بیش‌ازحد نیاز ندارد. فقط باید به وضوح مشخص شود کاربر در کجای وب‌سایت قرار دارد.

# عناصر عمومی UI:

## • کنترل ورودی:

کنترل‌های ورودی در پاسخ به سؤال طراح، گزینه‌های متعددی ارائه می‌کنند. گزینه‌هایی مانند **چک** **بکس** و **فهرست کشویی** یا **کلید مبدل** در این گروه قرار دارند. توصیه می‌شود اطلاعاتی که در کنترل‌های ورودی پرسیده می‌شود، ساده و مناسب نگه داشته شود. بدین ترتیب، کاربران به راحتی آنچه می‌خواهند، پیدا می‌کنند.



# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



UI VS. UX

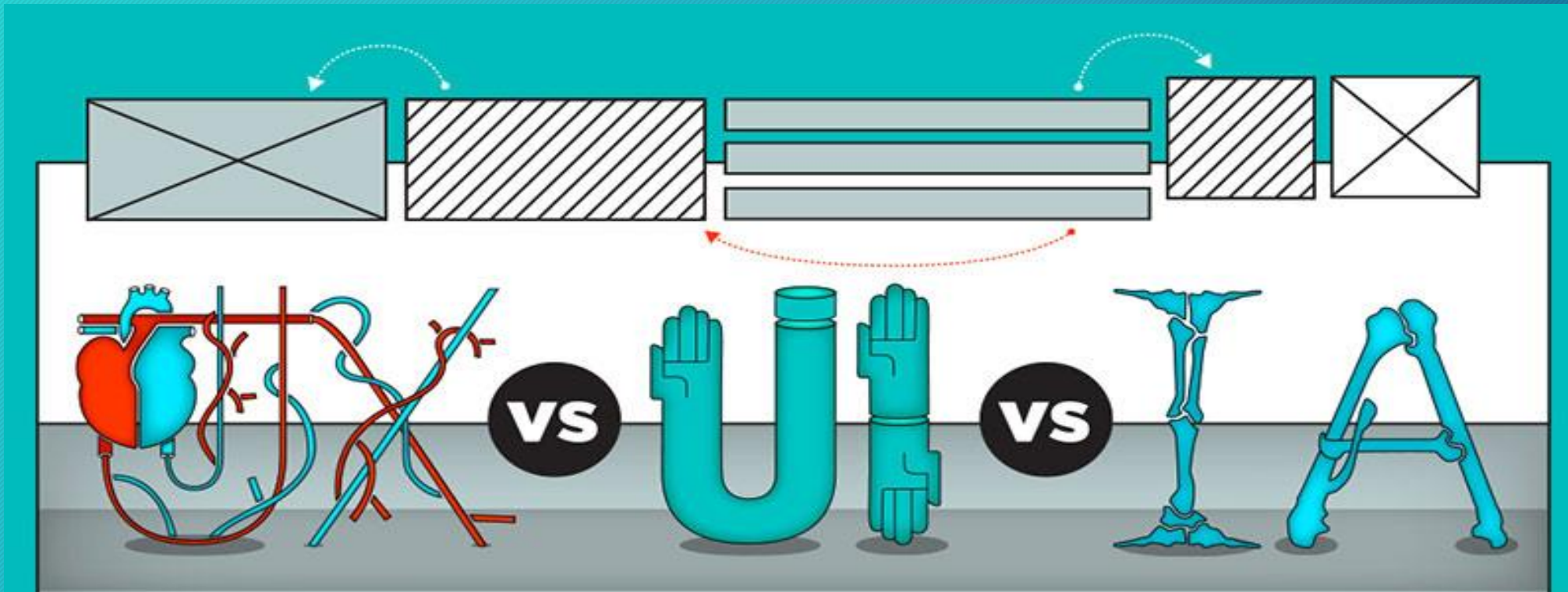




# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:

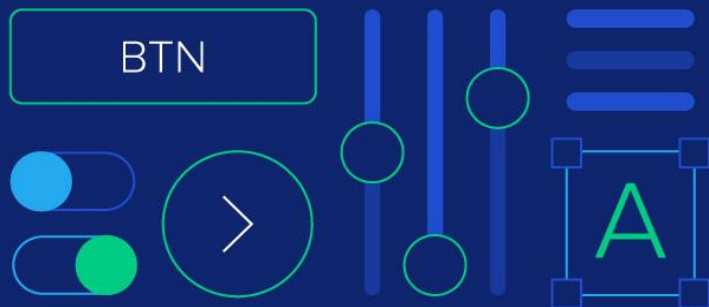


# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:

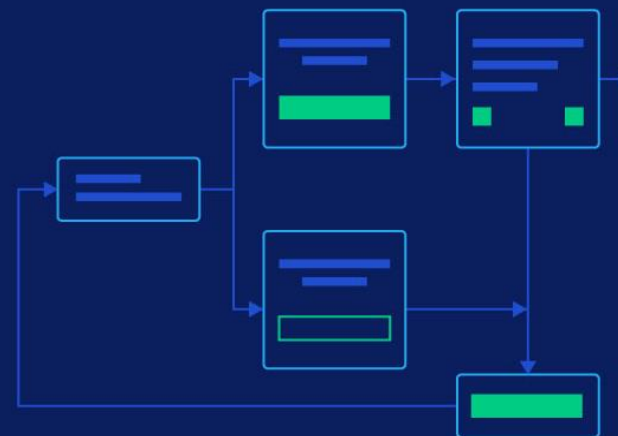




# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:

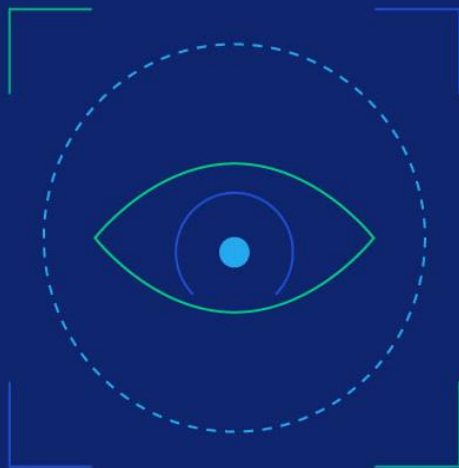


رابط کاربری شامل تمامی عناصر طراحی شامل دکمه ها، کنترل ها، فرم ها، باکس ها، تصاویر و جلوه های بصری یک محصول است



تجربه کاربر شامل تعاملات کاربر با محصول طراحی شده می باشد. هر واکنشی که کاربر در برابر استفاده از محصول انجام میدهد جزئی از تجربه کاربری است

# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



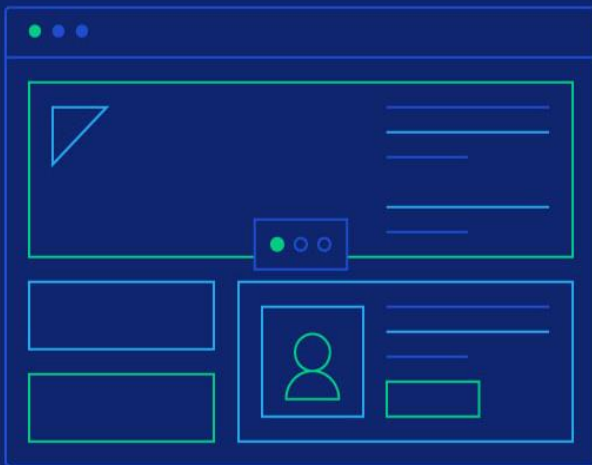
طراحان رابط کاربری تمرکزشان به زیبای و جلوه های بصری محصول و بهبود احساس کاربران به محصول از طریق این موارد هستند



طراحان تجربه کاربری تمرکزشان به نحوه استفاده از محصول توسط کاربران معطوف است.



# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



طراحان رابط کاربری طرح نهایی و اصلاح شده یک محصول را تولید می کنند.

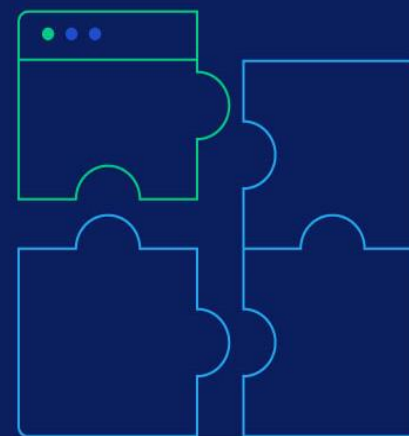


طراحان تجربه کاربری نمونه های ساده ، اولیه و قابل تست محصول را طراحی میکنند (وایرفریم و پروتوتایپ)

# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



طراحان رابط کاربری روی صفحات مشخصی از محصول کار میکنند و در طراحی هر قسمت از محصول را تک به تک بررسی می کنند.



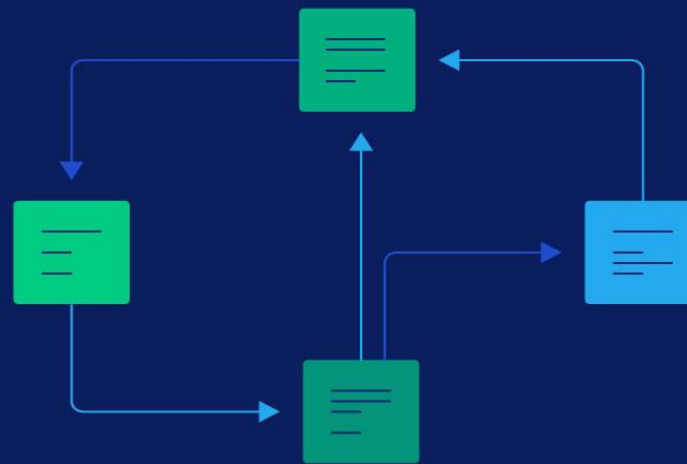
طراحان تجربه کاربری عموماً دید جامع تری به طراحی محصول دارند و تعامل کاربر را با تمامی جوانب یک محصول در نظر می گیرند.



# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



طراحان رابط کاربری به جنبه های هنری یک محصول توجه دارند.



طراحان تجربه کاربری به جنبه های عملکردی محصول بیشتر توجه دارند

# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



طراحان رابط کاربری به جذابیت ظاهری محصول توجه دارند



طراحان تجربه کاربری روی حل مشکلات کاربر تمرکز می کنند



# تفاوت رابط کاربری و تجربه کاربری:



طراح رابط کاربری کارش را با توجه به الگوها و طرح های موجود در این حیطه انجام می دهد و تصمیمات خود را بر اساس تجارب قبلی خود می گیرد.



عموم تصمیماتی که طراح تجربه کاربری می گیرد بر اساس تجزیه و تحلیل داده های آماری است

جلسه دوم:

# اصول طراحی واسط کاربری



# آنچه در این جلسه می خوانید:

- ۱- اجزای طراحی رابط کاربری
- ۲- اصول طراحی رابط کاربری

# اجزای طراحی رابط کاربری:

در طراحی رابط کاربری المان‌های متنوعی وجود دارند که باعث می‌شوند یک کاربر با یک سیستم یا دستگاه تعامل برقرار کند و آن طراحی حرفه‌ای به نظر برسد:

- **طراحی بصری:**

طراحی بصری مهم‌ترین شاخص طراحی رابط کاربری می‌باشد. هدف اصلی طراحی بصری یا Visual Design، شکل دادن و بهبود تجربه کاربری به کمک تصاویر، نقش و نگارها، تایپوگرافی، استفاده از فضاها، خالی، طرح بندی و رنگ است.

- **استفاده از رنگ بندی:**

به دلیل تداعی ناخودآگاه ذهنی حاصل از استفاده از رنگ‌های مختلف و تأثیر آنها بر عواطف و معنایی که به مخاطب منتقل می‌شود، استفاده از رنگ‌های مناسب برای هر پروژه‌ای یک ضرورت به شمار می‌رود.

- **موکاپ:**

موکاپ (Mock-up) یک مدل کوچک‌تر یا هم‌اندازه با طرح اصلی است که برای پیش‌نمایش، ارزیابی، طراحی، تبلیغ و یا اهداف دیگر تهیه می‌شود، منظور از طراحی موکاپ، نمایش ظاهر نهایی طرح با جزئیات بصری آن، مانند رنگ‌ها و تایپوگرافی است.



# اجزای طراحی رابط کاربری:

## • طراحی گرافیک:

طراحی گرافیک (Graphic Design) مسئول ترکیب تصاویر، تایپوگرافی یا آیتم‌های گرافیکی متحرک یا موشن گرافیک (Motion Graphic) به گونه‌ای است که بتوانند مخاطب یا مشتری را تحت تأثیر قرار بدهند. طراحی گرافیک یک حوزه تخصصی است و خلق طرح‌های خارق العاده مستلزم استادی و مهارت حرفه‌ای و همچنین تجربه کافی خواهد بود.

## • تایپوگرافی:

تایپوگرافی یکی از ستون‌های اصلی بیشتر انواع مختلف طراحی به شمار می‌رود. تایپوگرافی، هنر و دانش کاربرد و سازمان‌دهی فونت‌هاست و هدف آن ارائه متن‌های زیبا و خوانا به خواننده است. فونت‌ها می‌توانند لایه‌های دیگری از معنا و مفهوم یک متن را برای شما باز کنند.

در یک پروژه طراحی رابط کاربری، ابتدا یک طرح کلی از طرف طراح UI اتود زنی می‌شود و پس از تایید کارفرما برای طراحی visual به طراح بصری سپرده می‌شود.

# اصول طراحی رابط کاربری:

در طراحی واسط کاربری باید چندین اصل رعایت شود:

- طراحی باید انعطاف پذیر باشد.
- طراحی باید بدون ابهام باشد.
- طراحی باید کاربر پسند باشد.
- طراحی باید استاندارد باشد.
- طراحی باید در راستای UX باشد.
- طراحی باید بدون خطا و ایراد یا باگ باشد.
- طراحی باید ساده و در عین حال جذاب باشد.



# اصول طراحی رابط کاربری:

- طراحی باید SEO Friendly باشد.
- در صورتی که طرح UI در فوتوشاپ و به صورت PSD موجود است باید آنرا به HTML Responsive Design تبدیل کرد و حتماً در W3C Validator چک شود و اشکالات و ایرادات آن رفع گردد.
- طراحی باید سبک باشد. حجم زیاد گرافیک موجب کندی لود و سنگینی می شود و Bounce Rate را کاهش می دهد.
- طراحی باید با اصول رنگ شناسی و کسب و کار همخوانی داشته باشد.
- طراحی باید توسط کارشناس با تجربه انجام شود.
- طراحی باید مطابق با آخرین استانداردهای وب و نرم افزار انجام شود. استفاده از تکنولوژی منسوخ موجب ضعف خواهد شد و جبران آن دشوار است.

# اصول طراحی رابط کاربری:

- طراحی باید بدور از پیچیدگی و متناسب با سطح کاربر و کاربران هدف باشد و نظرات و فیدبک‌های آنان برای طراح غنیمت شمرده شود.
- طراحی UI با UX متفاوت است.
- طراحی UI مقدم بر UX نیست.
- در طراحی UI باید لینک‌سازی داخلی بصورت جریان فکری کاربر انجام شود.
- کسی که قبل از طراحی دست به قلم نشود معلوم است طراحی UI را درک نکرده است.
- طراحی UI در اولویت است.



# اصول طراحی رابط کاربری:

- طراحی UI باید پایدار باشد.
- اگر کاربران UI اولیه رو پسند کنند یعنی کار با موفقیت انجام شده است.
- کارایی بهتر از ظاهر عجیب و غریب است. هرچه ساده تر باشد سطح بیشتری از کاربران تحت پوشش قرار می گیرند.
- در مورد انتقادات و پیشنهادات جبهه گرفته نشود، شنیده شود و فکر شود. (فرم نظردهی و یا نظرسنجی)
- از طراحی موافقت کتبی کارفرما گرفته شود.
- از رقبا قالب یا طرحی کپی نشود. (ممکن است بعدا مدعی شوند و شکایت کنند، ضمن اینکه کاربران احساس کپی یا تقلب را دوست ندارند).

# اصول طراحی رابط کاربری:

- قبل از شروع طراحی رنگ بندی‌ها و طیف رنگ (پالت رنگ) مشخص شود.
- از کتابخانه‌ها و فریم ورک‌های یکپارچه و کامل استفاده شود. (وجود یک عالمه اسکریپت و فایل‌های متعدد و متفاوت طرح را نابود و توسعه را از بین خواهد برد)



جلسه سوم:

# تعادل در طراحی

# آنچه در این جلسه می‌خوانید:

- ۱- مقدمه‌ای بر تعادل در واسط کاربری
- ۲- وزن بصری
- ۳- عوامل مؤثر بر وزن بصری
- ۴- تعادل در مقابل تنش
- ۵- انواع تعادل

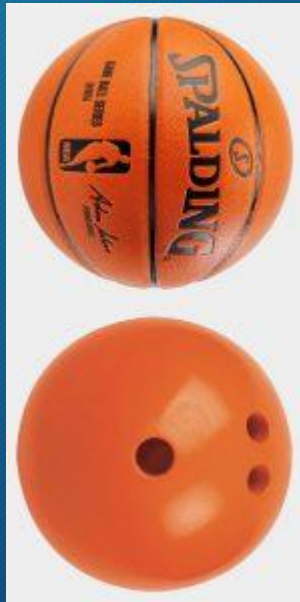


## مقدمه‌ای بر تعادل در طراحی:

- تعادل در طراحی واسط کاربری به توزیع یکنواخت وزن بصری اشاره دارد. عدم توازن می تواند منجر به ایجاد تنش بصری شود، که ممکن است باعث موفقیت یا شکست یک طرح شود.
- توازن را می توان با روش های متقارن، نامتقارن، شعاعی یا موزاییک خلق کرد.
- در دنیای فیزیکی، اشیائی با وزن یکسان بر روی ترازو تعادل برقرار می کنند. در طراحی، تعادل به توزیع وزن بصری اشاره دارد.

## وزن بصری:

- در تصویر با توجه به اندازه نسبی آنها، به نظر می‌رسد یک توپ بسکتبال و یک توپ بولینگ وزن یکسانی دارند. با این حال، تجربه چیز دیگری می‌گوید. وزن یک توپ بولینگ بسیار سنگین‌تر از توپ بسکتبال است.
- با این حال، در طراحی به ادراک باید اتکا کرد. اگرچه آنها از نظر وزن فیزیکی متفاوت هستند، تصویر بالا از نظر بصری متعادل است، زیرا هر دو شیء به شکل یکسان توجه را به خود جلب می‌کنند.
- وزن بصری همان وزن درک شده از یک عنصر در طراحی است و معیاری برای اندازه‌گیری برجستگی یک عنصر در مقایسه با عناصر اطراف آن است.



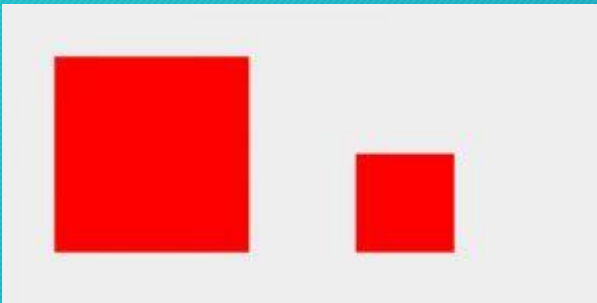


# عوامل مؤثر بر وزن بصری:

- وزن بصری با اندازه، رنگ، کنتراست و یا تراکم یک عنصر تغییر می‌کند. با فرض اینکه همه موارد دیگر برابر باشند، هر یک از این عوامل تاثیری بر وزن بصری دارند:

- **وزن بصری براساس اندازه:**

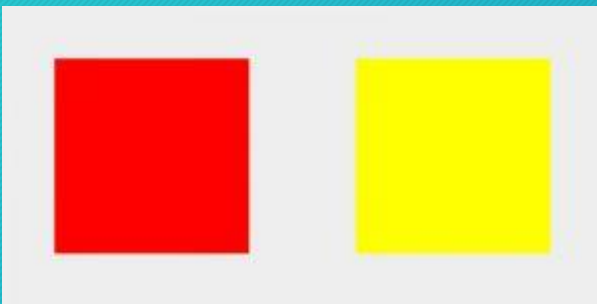
- در بحث تعادل در طراحی، اندازه، بارزترین عامل مؤثر در افزایش وزن بصری است. در تصویر زیر، مربع سمت چپ وزن بصری بیشتری نسبت به مربع سمت راست دارد.



# عوامل مؤثر بر وزن بصری:

## • وزن بصری بر اساس رنگ:

رنگ نقش کمتری در وزن بصری دارد. درک بیننده از هر رنگ به رنگهای اطراف آن بستگی دارد. در مثال زیر، مربع قرمز توجه را جلب کرده، و وزن بصری بیشتری نسبت به مربع زرد ایجاد می کند. با این حال، این امر همیشه صادق نیست.

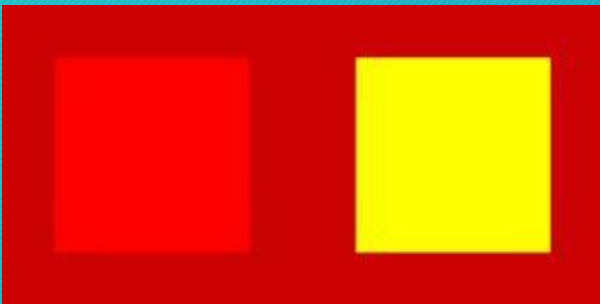




# عوامل مؤثر بر وزن بصری:

## • وزن بصری بر اساس کنتراست:

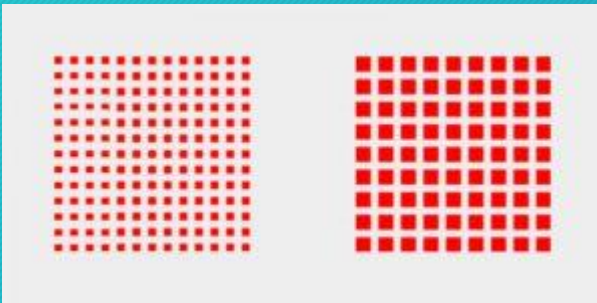
با استفاده از مربع‌های رنگی مشابه مثال قبل، می‌توان دید که چگونه کنتراست می‌تواند درک بیننده از رنگ‌ها را به شدت تغییر دهد. یک پس زمینه قرمز تیره باعث کاهش کنتراست مربع سمت چپ و افزایش کنتراست مربع سمت راست می‌شود. این امر به طور موثری تمرکز بیننده را به مربع زرد تغییر می‌دهد.



# عوامل مؤثر بر وزن بصری:

## • وزن بصری بر اساس تراکم:

با وجود اینکه هر دو مربع اندازه، رنگ و کنتراست کلی یکسانی دارند، مربع سمت راست به دلیل چگالی آن وزن بصری بیشتری دارد. این مثال نشان می‌دهد که چگونه فضای سفید می‌تواند در ایجاد تعادل نقش داشته باشد.





# تعادل در مقابل تنش:

بدون وجود تعادل، تنش بصری ایجاد شده ممکن است به راحتی بر چگونگی درک طرح توسط بیننده تأثیر منفی بگذارد.



تصویر سمت چپ فوق به شکلی ویرایش شده است تا نامتعادل به نظر برسد. وجود متن در مرکز یک تعادل متقارن را حول یک محور عمودی برقرار می‌کند. با این حال، سمت چپ صفحه از نظر بصری “سنگین تر” است، که باعث ایجاد تنش بصری می‌شود. این تنش بصری باعث می‌شود که مغز تصور کند “چیزی در مورد این طرح مشکل دارد.” وزن بصری طرح اصلی به طور مساوی در هر دو طرف صفحه توزیع می‌شود.

# تعادل در مقابل تنش:

تعادل و تنش هیچکدام انحصاری نیستند. با استفاده از همان مثال بالا، یک طراح ممکن است بدون ایجاد اختلال در تعادل، متمایل به جلب توجه بیشتری در دکمه سمت راست باشد. با ترکیب عوامل وزن بصری می‌توان از ایجاد تنش بصری بیش از حد جلوگیری کرد.

■ در مثال زیر، رنگ دکمه اصلی سایت Unbounce نارنجی است. یک طراح ممکن است برای ایجاد همزمان تعادل و تنش، تصمیمات زیر را بگیرد:

- اولین تغییر منجر به ایجاد یک کنتراست نامتعادل می‌شود. نه تنها خواندن دکمه اصلی دشوارتر است، بلکه به نظر می‌رسد وزن بصری دکمه ثانویه بیشتر شده است.
- در حالت دوم طراح ممکن است مشکل کنتراست را برطرف کند، اما حال وزن بصری دکمه اصلی در مقایسه با دکمه ثانویه بسیار بیشتر است.
- در سومین تغییر، طراح ممکن است چگالی دکمه ثانویه را با دکمه اصلی مطابقت دهد. این کار منجر به ایجاد تعادل و تنش مناسبی می‌شود.





# انواع تعادل:

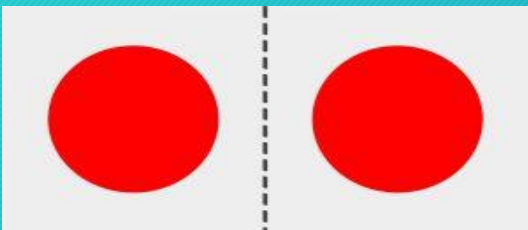
در طراحی واسط کاربری چهار روش برای دستیابی به تعادل وجود دارد. بیشتر اوقات، تعادل در دو طرف یک محور نامرئی، اعم از عمودی یا افقی برقرار می‌شود. این به معنای جهت بصری طراحی است. در حالی که تعادل عمودی و افقی رایج‌تر است، از محورهای مورب یا حتی حالت چند محوری نیز می‌توان استفاده کرد.

- تعادل متقارن
- عدم تقارن
- تعادل شعاعی
- تعادل موزائیک (کریستالوگرافیک)

# انواع تعادل:

## • تعادل متقارن:

تقارن در بسیاری از جنبه‌های مختلف طبیعت، مانند چهره انسان یا پروانه‌ها مشاهده می‌شود. تعادل متقارن با تکرار اشیاء در دو طرف یک یا چند محور ایجاد می‌شود. در زیر مثالی از تقارن انعکاسی وجود دارد که در آن دو جسم بر روی یک محور عمودی، آینه یکدیگر هستند.



• تعادل متقارن غالباً برای بیان حس وقار، ظرافت و یا رسمیت

استفاده می‌شود. با این حال، تقارن بیش از حد در یک طرح

می‌تواند خشک و کسل کننده باشد. در مثال دوم، از تعادل

متقارن استفاده شده است، اما برای ایجاد جذابیت، هر دو

طرف به اندازه کافی از یکدیگر متمایز هستند.





# انواع تعادل:

## • عدم تقارن

عدم تقارن نیز در طبیعت دیده می‌شود؛ مانند شکل درختان یا سنگ‌ها. طبق تعریف، کلمه “نامتقارن” نشان دهنده عدم وجود تقارن است. با این حال، با عناصر نامتقارن نیز می‌توان تعادل ایجاد کرد.



در مقابل تقارن که می‌تواند کمی یکنواخت به نظر برسد، از عدم تقارن می‌توان برای پویا و سرزنده‌تر شدن یک طرح استفاده کرد. در مثال دوم، با کمک تعادل نامتقارن یک طرح دلپذیر و منسجم ایجاد شده است.



# انواع تعادل:

## • تعادل شعاعی

تعادل شعاعی هنگامی ایجاد می‌شود که به نظر برسد عناصر از یک نقطه کانونی مرکزی منشعب می‌شوند. از این روش می‌توان برای جلب توجه به مرکز طراحی استفاده کرد.



امروزه تعادل شعاعی در طراحی واسط کاربری کمتر متداول است، اما این امر نباید منجر به توقف تلاش برای تسلط بر آن شود!





# انواع تعادل:

## • تعادل موزائیک (کریستالوگرافیک):

تعادل موزائیک (کریستالوگرافیک) را می‌توان به عنوان یک “هرج و مرج سازمان یافته” توصیف کرد. این مورد الگو یا تکراری است که در آن هیچ عنصری نسبت به سایر عناصر توجه بیشتری را به خود جلب نمی‌کند.



عدم وجود هم ترازی عمودی بین عناصر کمی حس آشفتگی ایجاد می‌کند، اما هم ترازی افقی و انسجام بین عناصر، به سازماندهی این آشفتگی کمک می‌کند.



جلسه چهارم:

# قوانین بنیادی سلسله مراتب بصری



# آنچه در این جلسه می‌خوانید:

۱- سلسله مراتب بصری چیست؟

۲- اصول سلسله مراتب بصری

# سلسله مراتب بصری (Visual Hierarchy) چیست؟

حتی افراد آماتور و یا کسانی که خود را طراح به حساب نمی آورند نیز می توانند با اولویت بندی مطالب خود ساختارهای مؤثری ایجاد کنند.

- چه چیزی باعث ایجاد یک طراحی عالی می شود؟
- مهمترین عنصر طراحی چیست؟
- مخاطبان به ترتیب باید متوجه چه چیزی شوند؟

سلسله مراتب بصری روشی برای ساماندهی عناصر طراحی، به ترتیب اهمیت است. به عبارت دیگر، مجموعه ای از اصول می باشد که روی ترتیب آنچه دیده می شود تأثیر می گذارد.



# سلسله مراتب بصری:

## ۱- اندازه دیدپذیری را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### هر چه بزرگ تر بهتر؟

در حالی که این ادعای کلاسیک هنوز هم جای بحث دارد، مسلماً اندازه موثرترین روش برای تأکید بر عناصر بصری است. به عبارت ساده‌تر، عناصر بزرگتر نسبت به عناصر کوچکتر توجه بیشتری را به خود جلب می‌کنند. دقیقاً به همین دلیل است که عناوین روزنامه‌ها با فونت‌های بزرگتر نوشته شده و تیترهای اصلی نیز حتی غالباً عناوین بزرگتری نسبت به عناوین سایر مقالات موجود در صفحه دارند. در هر طرحی، عناصر بزرگتر- چه متن یا تصویر- نه تنها بیشتر مورد توجه واقع می‌شوند بلکه قوی‌ترین پیام را نیز به همراه خواهند داشت.

اصل مهم دیگر مربوط به این مفهوم، مقیاس یا اندازه یک شیء نسبت به شیء دیگر است. یک شیء واحد، هر چقدر بزرگ یا کوچک، تا زمانی که با شیء دیگری مقایسه نشود، نمی‌توان برای آن مقیاس تعریف کرد. این مورد امکان می‌دهد تعادل در یک طرح برقرار شود و روی عناصر غالب تمرکز شود. هرچه مقیاس بیشتر باشد، تأکید بیشتر می‌شود.

# سلسله مراتب بصری:

## Time to act

The Young Vic is thriving  
but the building is falling down  
Join us and help rebuild our theatre  
To make a donation call us now  
on 020 7922 8400 or give online  
at [www.youngvic.org](http://www.youngvic.org)

# CRACKING

PERFORMANCE



Join us The Young Vic Campaign



## سلسله مراتب بصری:

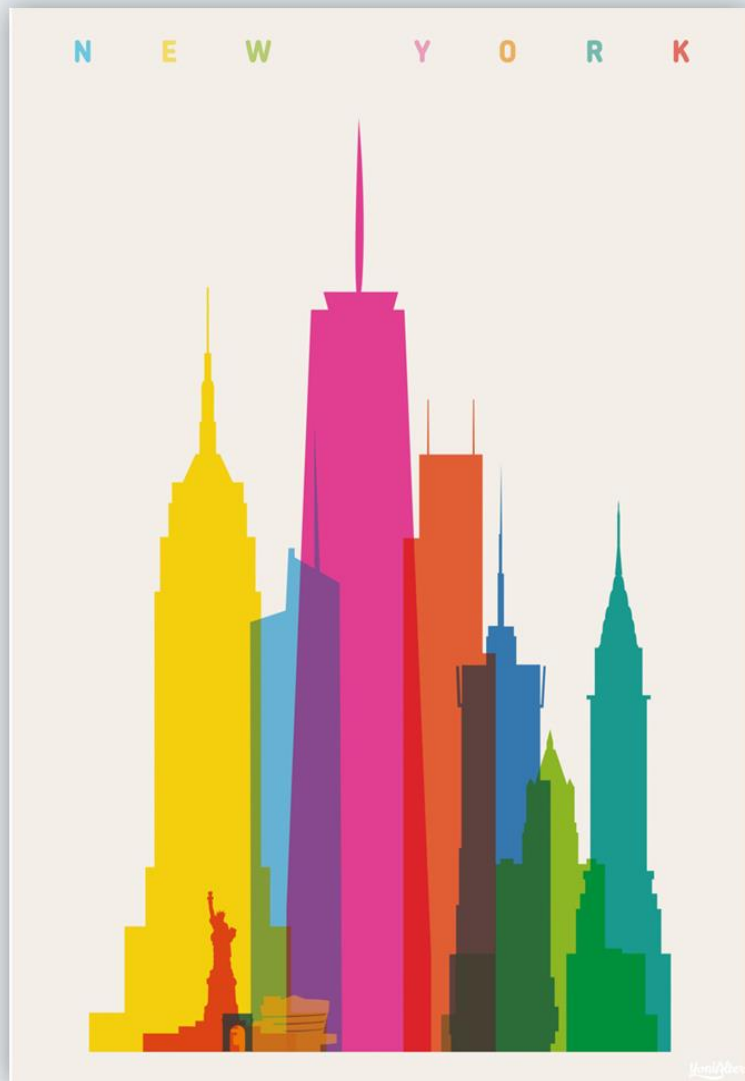
قبل



بعد



# سلسله مراتب بصری:





## سلسله مراتب بصری:

### ۲- پرسپکتیو عمق ایجاد می‌کند.

با استفاده از پرسپکتیو، طراحان می‌توانند از چند میلیمتر تا کیلومترها عمق ایجاد کنند. از آنجا که در دنیای واقعی نیز تصورات مشابهی وجود دارد، به طور کلی اشیاء بزرگتر را نسبت به اشیاء مشابه کوچکتر، نزدیکتر درک کرده و بنابراین، قبل از هر شیء دیگری در یک صفحه توجه به آنها جلب می‌شود.

به عنوان مثال، تصویر یک جاده معمولاً در پایین‌ترین نقطه گسترده‌تر بوده و به تدریج هرچه پیش می‌رود باریک‌تر می‌شود. به همین ترتیب، یک شیء نزدیک به بیننده، همیشه بزرگتر از همان شیء در فاصله دورتر به نظر می‌رسد.

پرسپکتیو دقیق از مقیاس و نسبت نیز برای ایجاد فاصله مناسب استفاده می‌کند. یک نقاشی از یک جاده به طول ۵ کیلومتر بسیار سریع‌تر از نقاشی یک جاده یک کیلومتری بر روی همان بوم، باریک می‌شود.

# سلسله مراتب بصری:

قبل



بعد





# سلسله مراتب بصری:





## سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:

## ۳- رنگ و کنتراست توجه را به خود جلب می‌کند.

همانطور که عناصر بزرگتر از عناصر کوچکتر مهمتر تلقی می‌شوند، رنگهای روشن معمولاً نسبت به انواع کم رنگ توجه بیشتری را به خود جلب می‌کنند. به عنوان مثال، اگر یک جمله از متن با یک رنگ روشن برجسته شود، بلافاصله توجه خوانندگان را به خود جلب می‌کند.

استفاده از رنگ های نئونی چگونه توجه بیشتری را به خود جلب می‌کند؟ این طرح رنگ به عنوان duotone شناخته شده و یک روش طراحی وب بسیار مشهور است. استفاده از چند لایه رنگ متضاد بر روی یک عکس، باعث ایجاد طرح‌های جالب توجه و جذاب در صفحات می‌شود.

ترکیبات رنگی به کار رفته در یک طراحی و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر، به عنوان پالت رنگی آن شناخته می‌شوند. انتخاب پالت رنگ توسط طراح می‌تواند در کار او وحدت، هماهنگی، ریتم و تعادل ایجاد کند، اما در کنار آن قادر به ایجاد تضاد و تأکید نیز می‌باشد.

## سلسله مراتب بصری:

طرحی که از رنگهای متضاد زیادی استفاده کند، غالباً بی‌نظم و ناهماهنگ به نظر می‌رسد. این اتفاق بعضاً در طرح‌هایی نیز رخ می‌دهد که از پالت رنگی خیلی متنوع استفاده می‌کنند که به نظریه رنگ پایبند نیست. اما انتخاب بهترین پالت رنگ بسیار فراتر از انتخاب تصادفی یک ترکیب تک‌رنگ، مکمل یا تترادیک است.

برای عناصر مرتبط در یک طرح می‌توان از رنگهای مشابه استفاده کرد، انتخاب رنگ حتی می‌تواند نشان دهنده وزن و فاصله باشد. رنگهای گرمتر مانند قرمز و زرد، در یک طرح دارای پس زمینه تیره برجسته بوده، در حالی که رنگهای خنک مانند آبی یا سبز معمولاً در این پس زمینه کم‌تر به چشم می‌آیند. نقطه مقابل در طرحی با پس زمینه روشن رخ می‌دهد: رنگ‌های سرد مانند آبی و سبز از رنگ‌های گرم نزدیک‌تر به نظر می‌رسند. این امر نتیجه نوع ادراک بصری انسان است.

بنابراین، انتخاب رنگ می‌تواند بر توانایی بیننده در تشخیص یک شکل از پس زمینه یک طرح تأثیر بگذارد. مخلوط کردن رنگ‌های گرم و سرد درست مانند پرسپکتیو می‌تواند عمق ایجاد کند.



# سلسله مراتب بصری:

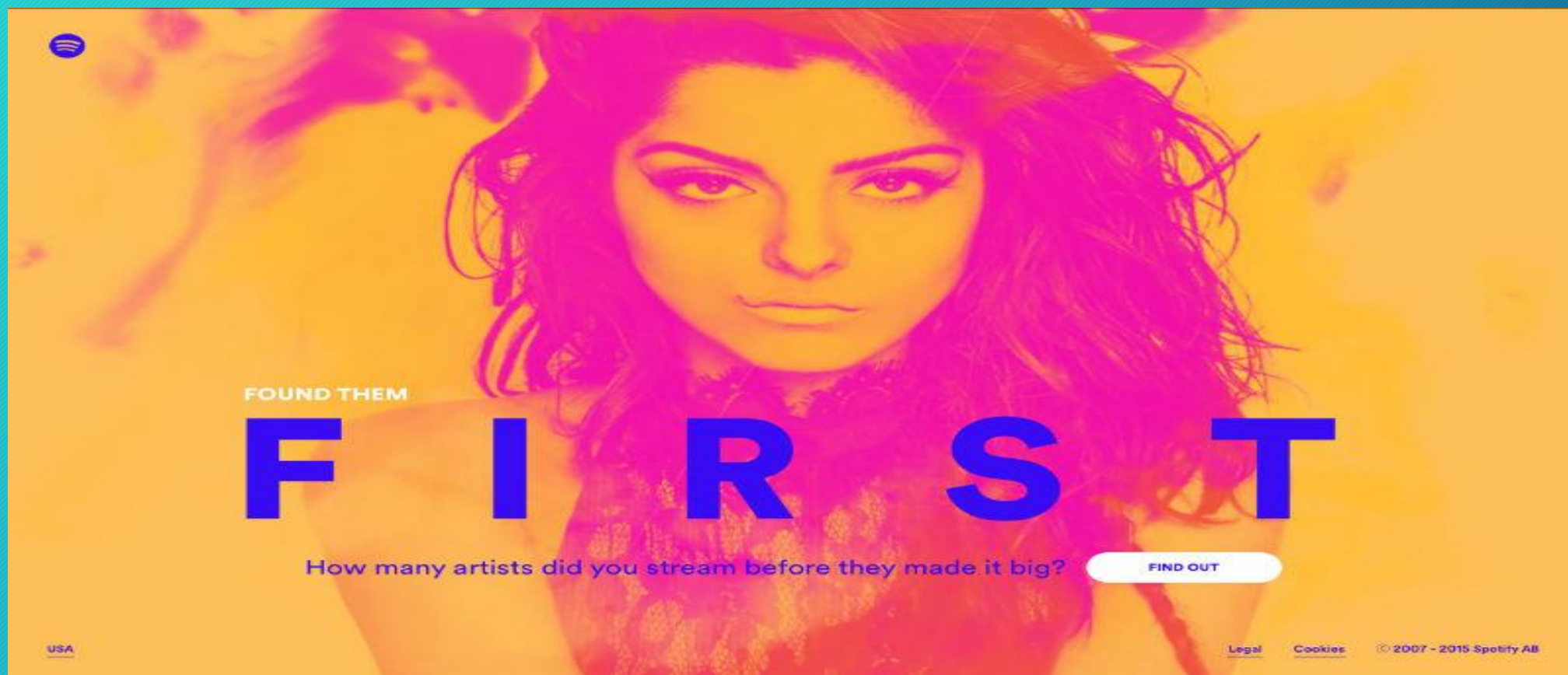
قبل



بعد

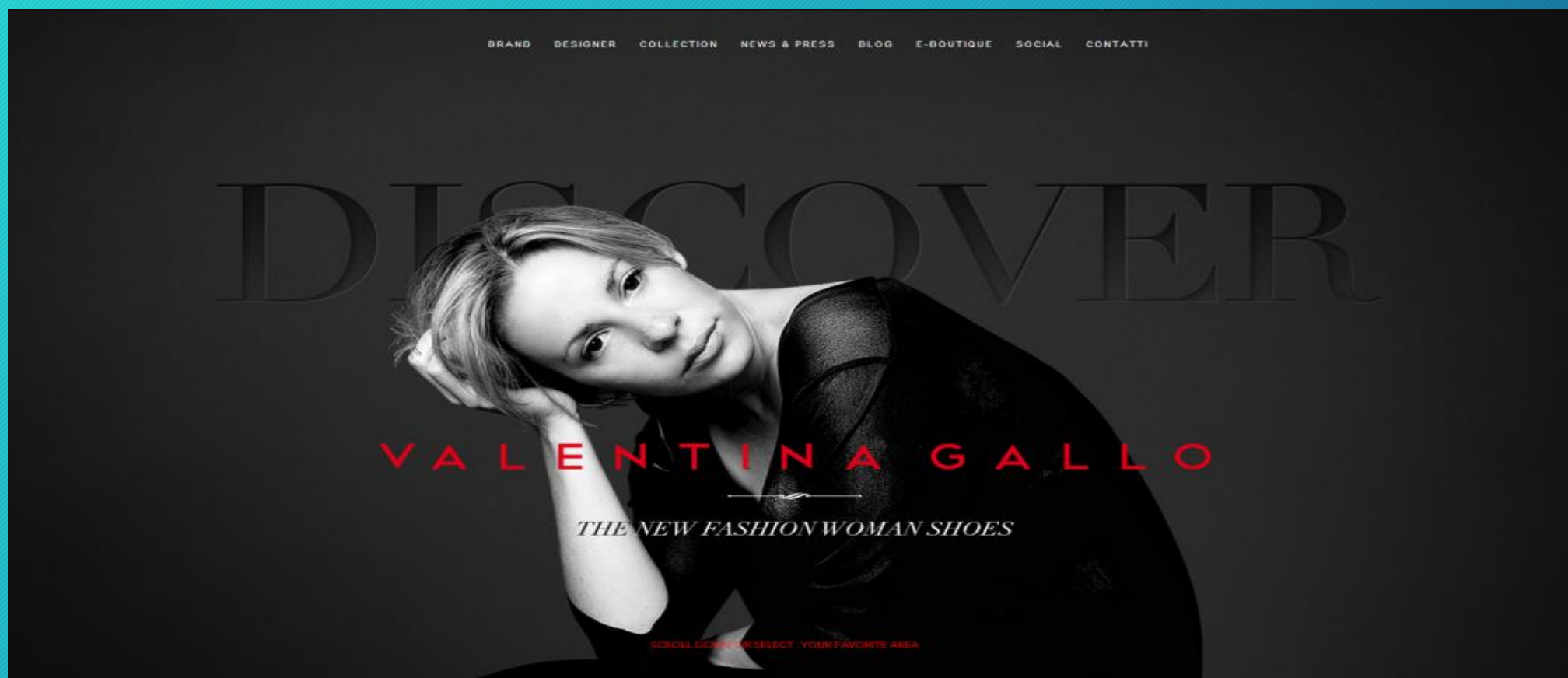


# سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:



## سلسله مراتب بصری:

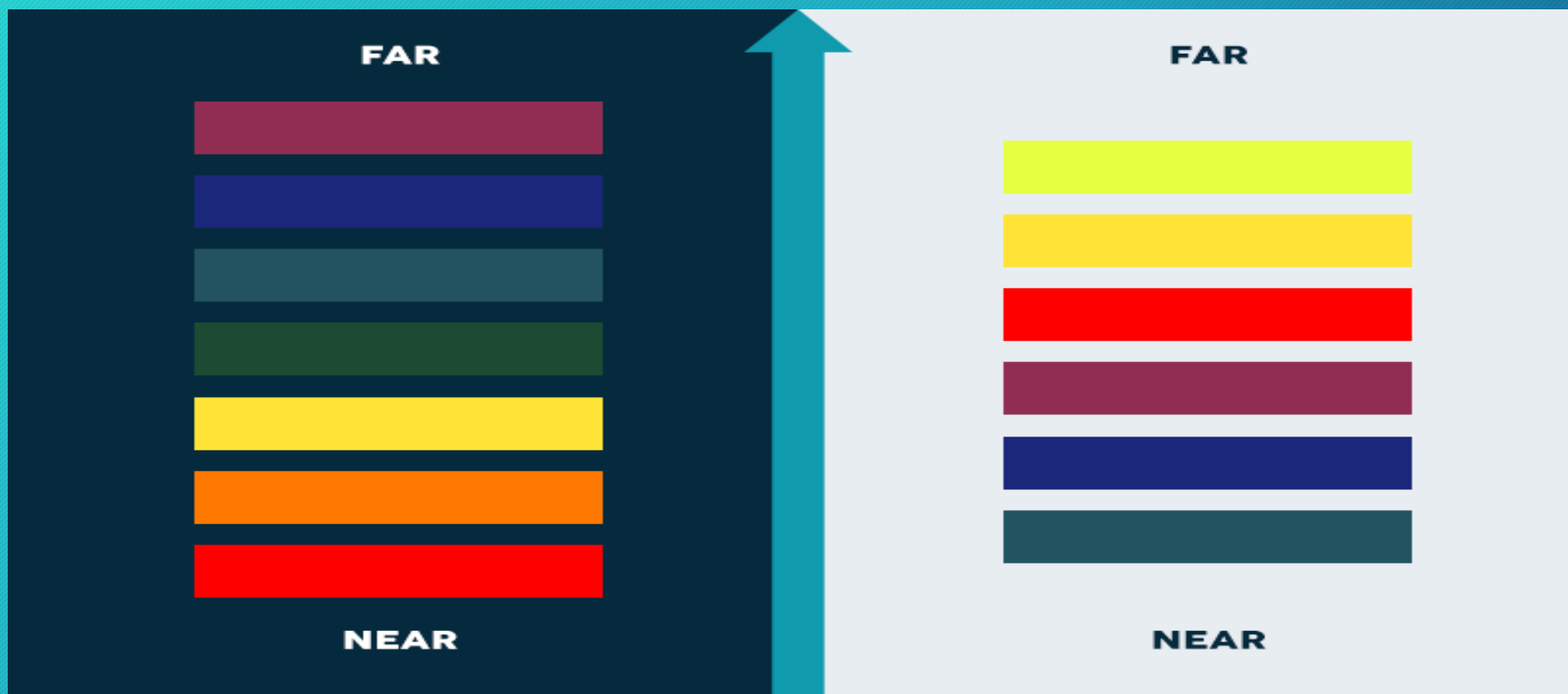
Esti  
Happy?

Un demers pentru fericire-n Univers marca 

#HappyLaJob



# سلسله مراتب بصری:



# سلسله مراتب بصری:

## ۴- فونت به طراحی نظم می‌بخشد.

به طور کلی، یک صفحه کتاب یا روزنامه و ... هر ترکیبی از اندازه‌های مختلف حروف می‌باشند که در آن عناوین اصلی نسبت به عناوین فرعی و جزئیات بزرگتر هستند. استفاده از اندازه‌های مختلف حروف نه تنها بر روی مهمترین موارد تأکید ایجاد می‌کند، بلکه به طراحی کلی نیز نظم می‌بخشد. سلسله مراتب تایپوگرافی را می‌توان به کمک اندازه‌ها، وزن‌ها و فاصله‌های مختلف، یا ترکیبی از این عناصر ایجاد کرد. حتی اگر در کل طرح از یک فونت استفاده شود، به کارگیری اندازه‌ها و وزنهای مختلف می‌تواند عناصر مهم را برجسته کرده و طرحی ایجاد کند که خواندن و درک آن آسان باشد.



# سلسله مراتب بصری:

قبل



JANE SMITH  
www.namewebsite.com  
(000) 123 456 789  
info@namemail.com

بعد



JANE  
SMITH  
www.namewebsite.com  
(000) 123 456 789  
info@namemail.com

# سلسله مراتب بصری:

An Exhibition Celebrating the Heroes of the RNLI

# SAVING LIVES<sup>at</sup> SEA

National Maritime Museum Cornwall  
September 28<sup>th</sup> 2012 – April 10<sup>th</sup> 2013

**Launch Event:**  
7.30pm on 28<sup>th</sup> September 2012  
Event Square, Falmouth  
Tickets £25

**Keynote Lectures:**

|                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| One Extraordinary<br>Week in October<br>James Instance<br><i>Manager of the Falmouth Coastguard Rescue Centre</i><br>6.30pm on 1 <sup>st</sup> October 2012<br>In the Learning Centre<br>Lecture £10 (Members £8) | Search & Rescue in<br>Pictures, Words & Deeds<br>Andy Watts<br><i>Lieutenant Commander in the Royal Air Force</i><br>8.30pm on 6 <sup>th</sup> November 2012<br>In the Lecture Theatre<br>Lecture £12 (Members £10) | Pulling & Sailing<br>Lifeboats in Cornwall<br>Tony Rawlyn<br><i>Vice Chairman of the RNLI Maritime &amp; History Society</i><br>6.30pm on 3 <sup>rd</sup> December 2012<br>In the Lecture Theatre<br>Lecture £8 (Members £7) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

National Maritime Museum  
Discovery Quay  
Falmouth, Cornwall  
TR11 3QY  
Normal entry price @ peak off-peak

Director: Jonathan Griffin  
Email: [enquiries@nmm.co.uk](mailto:enquiries@nmm.co.uk)  
Telephone: 01326 311300  
Fax: 01326 311870

Open daily 10am – 5pm  
Except Christmas & Boxing Day  
RNLI is a registered charity  
Charity number 1067864



# سلسله مراتب بصری:

۵- فاصله و فضای خالی باعث ایجاد تأکید و حرکت می شود.

## • قانون فاصله (Rule of space):

با توجه به قانون فاصله، یک طراحی دارای زیباشناختی مطلوب، صرفنظر از رنگ پس‌زمینه طرح، نیاز به نسبت کافی از فضای منفی به نام «فضای سفید» دارد. هنگام تنظیم عناصر یک ترکیب، طراحان می‌توانند از فضای اطراف هر عنصر برای جلب توجه به آن عنصر خاص یا برای ارسال یک پیام بصری کاملاً جداگانه مانند «پیکان» استفاده کنند. رعایت فاصله استراتژیک حتی می‌تواند با کمک الگوهای اسکن صفحه، چشم بینندگان را با کمک یک دنباله هدفمند در صفحه هدایت کند.

# سلسله مراتب بصری:

## • الگوهای اسکن صفحه (Page-scanning patterns):

خوانندگان تمایل دارند که صفحات را بر اساس الگوهای خاصی اسکن کنند که از طریق حرکات چشم آنها قابل مشاهده است. هنگامی که طراحان بخواهند با ترتیب خاصی توجه مخاطبان را به عناصر خاصی جلب کنند، اغلب به رایج‌ترین الگوها متکی هستند.

برای مثال، انگلیسی‌زبانان، از چپ به راست می‌خوانند. بنابراین، آنها معمولاً در هنگام مواجهه با صفحه‌ای حاوی متن از یک الگوی مشابه پیروی می‌کنند. از طرف دیگر عربی از راست به چپ نوشته می‌شود. کسانی که به خواندن آن زبان عادت دارند، احتمالاً صفحات را در جهت “مخالف” اسکن می‌کنند. طراحان هنگام ایجاد محتوا برای مخاطبان باید این تفاوت‌ها را در نظر داشته باشند.



# سلسله مراتب بصری:

## • الگوی F:

متداول ترین الگوی حرکت چشم خوانندگان انگلیسی زبان الگوی F است. چرا؟  
زیرا دقیقاً به همین شکل یک کتاب، نامه یا صفحه وب خوانده می شود. هر صفحه از متن از چپ به راست خوانده تا به انتهای صفحه رسیده شود.  
به دلیل همین گرایش طبیعی، اغلب طراحان هنگام ایجاد وبسایت ها و دیگر تصویرسازی های متنی از الگوی F استفاده می کنند. زیرا خواندن در جهات دیگر زمانی که به آن عادت نکرده ایم، ناراحت کننده است.

# سلسله مراتب بصری:

## • الگوهای Z:

طرح‌هایی که بیشتر به تصاویر متکی هستند، اغلب از الگوی Z پیروی می‌کنند. از آنجا که مغز تصاویر را سریعتر از متن پردازش می‌کند، خوانندگان می‌توانند با نگاه کردن به بالای صفحه از سمت چپ به راست آن را به سرعت اسکن کرده، سپس به صورت مورب به پایین صفحه رفته و دوباره از چپ به راست اسکن را کامل کنند. (یا بسته به مخاطب از راست به چپ).

طراحان می‌توانند با قرار دادن عناصر در مسیر این الگوهای Z شکل حرکت “چشم”، بر عناصر خاصی در ترکیب تأکید کنند. به عنوان مثال یک عنوان اصلی، یک تصویر و یک عنوان فرعی در نظر گرفته شود.



# سلسله مراتب بصری:



8th - 12th November 2010  
Waterfront Studio, Belfast

## The hand-crafted web design conference.

Build is a small, yet perfectly formed, boutique design conference where interesting, talented web practitioners from all over the world come to share ideas, techniques and inspiration. Some are on stage; some are in the audience.

For the second year running, we've created the conference we really want to go to. We think you might like it.

### Speakers



**Dan Cederholm**  
on Handcrafted CSS



**Meagan Fisher**  
on The Blank Canvas



**Liz Danzico**  
on The Power of the Pause



**Frank Chimero**  
on The Shape of Design



**Tim Brown**  
on Perfect Typography



**Keegan Jones**  
on From Click to Tap



**Tim Van Damme**  
on From Click to Tap



# سلسله مراتب بصری:

## ۶- مجاورت نشان دهنده ارتباط است.

مجاورت، یا مکانی که عناصر در رابطه با یکدیگر قرار می گیرند، یکی از اساسی ترین موارد مؤثر در ایجاد سلسله مراتب بصری است. به بیان ساده تر، قرار دادن عناصر مرتبط در مجاورت یکدیگر به خوانندگان پیشنهاد می دهد، که آنها در واقع به یکدیگر مرتبط هستند. (قرار دادن چند نقطه در یک گروه) قرار دادن نزدیک به هم عناصر می تواند پیامهای دیگری نیز ارسال کند. به عنوان مثال، قرار دادن عناصر در مکان های خاصی بر روی نقشه می تواند درکی از مسافت (نزدیک یا دور) برای مخاطبان ایجاد کند. البته این امر نیز به اندازه و مقیاس نقشه بستگی دارد. یک اینچ همیشه نشان دهنده یک کیلومتر نیست.

با قرار دادن عناصر در فواصل خاصی از یکدیگر، می توان بینش و پیامهای جدیدی برای خوانندگان خلق کرد. (تصویر صورت با دایره و منحنی)



# سلسله مراتب بصری:

قبل

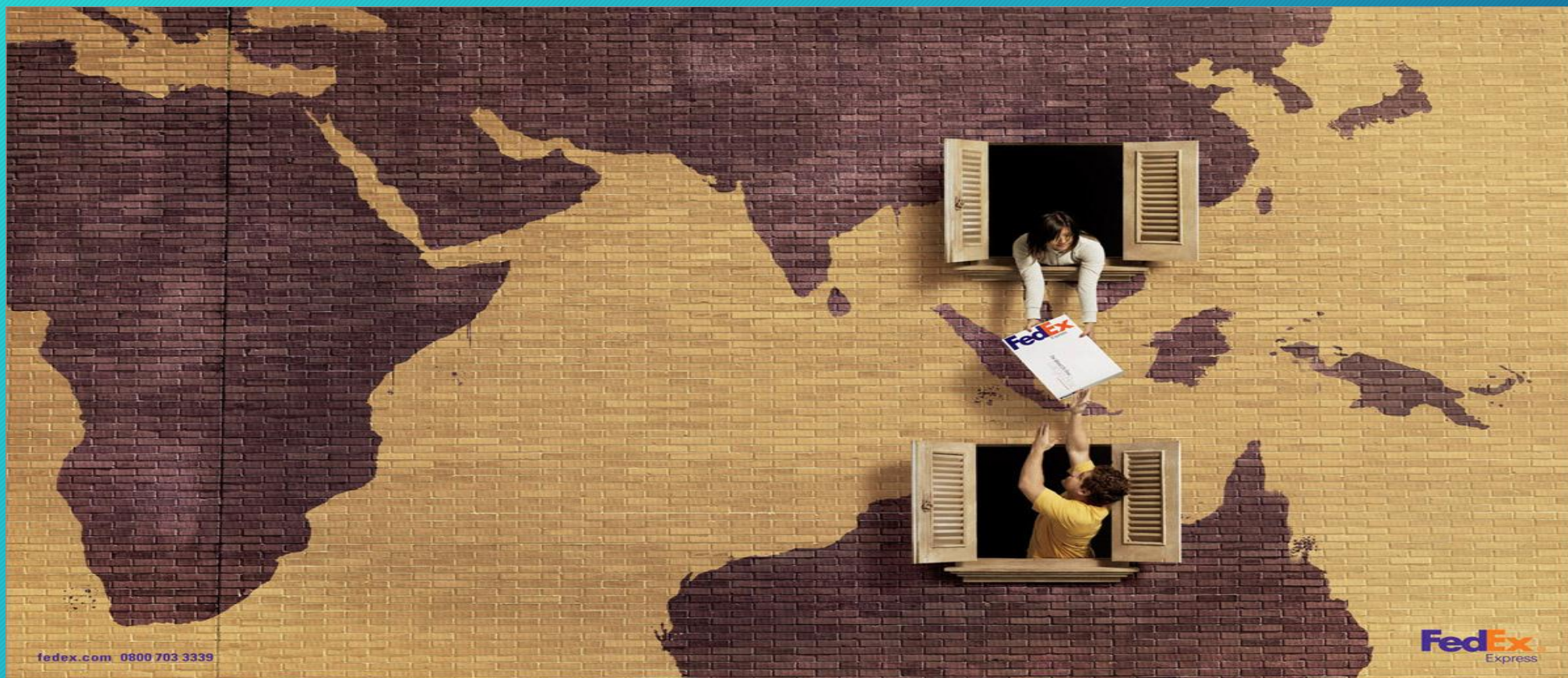


بعد





# سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:



# سلسله مراتب بصری:

## ۷- فضای منفی تأکید ایجاد می‌کند.

درست همانطور که گروه‌بندی عناصر در نزدیک یکدیگر نشان دهنده ارتباط آنها است، استفاده از فضای سفید در اطراف عناصر نیز آنها را به شکل گروه‌های اطلاعاتی جداگانه معرفی می‌کند. فضای خالی و منفی، نه تنها با گروه‌بندی اطلاعات، هضم آنها توسط خوانندگان را آسان‌تر می‌کند، بلکه با تمرکز بر روی موارد خاص، باعث ایجاد دقت می‌شود.

ساختارهای فاقد فضای منفی کافی، می‌توانند منجر به ایجاد یک طرح نامرتب، گیج‌کننده و آشفته شوند. به عبارت دیگر، هر چه کمتر بهتر! طراحان باهوش حتی می‌توانند با استفاده از فضای خالی یک پیام تصویری اضافی ایجاد کنند.



## سلسله مراتب بصری:

قبل



بعد



# سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:

## ۸- همترازی چشم‌ها را هدایت می‌کند.

همترازی بخشی از اسکلت طرح است که طبق آن عناصر در یک طرح قرار می‌گیرند و مشخص می‌کند که عناصر بصری (متن یا تصویر)، به شکل دلخواه و تصادفی در یک ترکیب قرار نمی‌گیرند. به عنوان مثال، در یک صفحه معمولی که متن آن در سمت چپ ترازبندی شده است، اشیاء موجود در صفحه مشترکاً در حاشیه سمت چپ قرار می‌گیرند.

بسیاری از طرح‌های بصری مرکزی یا justified هستند، به این معنی که به شکلی در صفحه قرار گرفته‌اند که حاشیه چپ و راست آنها برابر است. اگر کلمات به طور تصادفی در هر جهتی از صفحه پراکنده بودند، سناریوی بسیار گیج‌کننده‌ای ایجاد می‌شد.

در طرح‌های دارای الگوی F، اشیاء به طور کلی در سمت چپ ترازبندی شده‌اند، در حالی که الگوهای Z، مانند تبلیغات، اغلب از ترکیبی از ترازبندی‌های چپ، وسط و راست استفاده می‌کنند.

طرح‌های بصری ساده اغلب در مرکز قاب قرار می‌گیرند؛ شیوه‌ای که تعادل و هماهنگی ایجاد کرده و همچنین از نظر زیبایی‌شناسی لذت بخش است.

## سلسله مراتب بصری:

قبل



BEST RECIPES

بعد



BEST  
RECIPES



# سلسله مراتب بصری:



## سلسله مراتب بصری:





## سلسله مراتب بصری:



# سلسله مراتب بصری:

## ۹- گروه های دارای تعداد اجزاء فرد باعث ایجاد تمرکز می شود.

قانون فردها (Rule of Odds) به طراحان اجازه می دهد تا با قرار دادن اشیاء در مرکز گروه، بر روی تصاویر خاص تأکید ایجاد کنند. با قرار دادن تعداد مساوی از اشیاء در هر طرف از شیء کانونی اصلی، و بنابراین با ایجاد یک گروه دارای تعداد اشیاء فرد، به وضوح توجه به سمت مهمترین عنصر بصری واقع در مرکز این گروه جلب می شود.

به عنوان مثال، یک گروه متشکل از یک یا سه عنصر، جذاب تر از یک جفت از عناصر است. به همین ترتیب، گروه هایی متشکل از تعداد اشیاء فرد، تقریباً همیشه نسبت به گروه های دارای تعداد اشیاء زوج جالب تر بوده و از نظر زیبایی شناسی بصری دلپذیرتر هستند. چرا؟  
مردم با وجود تعادل احساس راحتی بیشتری می کنند.



## سلسله مراتب بصری:

قبل



بعد



# سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:

## ۱۰- تکرار در یک ترکیب اتحاد ایجاد می‌کند.

درست همانطور که کنتراست باعث ایجاد تاکید بر عناصر خاصی در طراحی می‌شود، تکرار نیز باعث ایجاد وحدت و در نتیجه تقویت درک و شناخت می‌شود. در متون منتشر شده صفحات به گونه‌ای سازماندهی شده‌اند که بدنه متن یک فونت، سرفصل‌ها یک فونت و پاورقی‌ها دارای فونت متفاوتی هستند، این روش در کل متن رعایت می‌شود. این تکرار سبک، طرح منسجمی را ایجاد می‌کند که به شکل یک کلیت دیده می‌شود.

برای ایجاد یک طراحی یکپارچه، برخی از عناصر (چه نوع فونت، رنگ، شکل و اندازه) را در کل ترکیب باید تکرار کرد. سبک‌های یکپارچه به وضوح سلسله مراتب بصری در هر طرحی کمک می‌کنند. تکرار همچنین می‌تواند به عناصر، معنای جدیدی ببخشد. (hyperlink)

### • تمرین:

چه سبک‌های محبوب دیگری می‌تواند به طراحی معنای بیشتری ببخشد؟

# سلسله مراتب بصری:

قبل

بعد





# سلسله مراتب بصری:

## ۱۱- خطوط نشان دهنده حرکت هستند.

حرکت یکی از مؤثرترین راه‌ها برای جلب توجه بینندگان است، به ویژه هنگامی که در یک طراحی ثابت استفاده شود. بدیهی است که خطوط برای اشاره به عناصر مورد تأکید مؤثر هستند اما برای انجام این کار لازم نیست که این خطوط حتماً در صفحه ظاهر شوند.

خطوط راهنما (Leading lines) را می‌توان در هنگام تکرار عناصر، مجاورت اشیاء یا اشکال و همچنین رابطه فضای مثبت و منفی به کار گرفت. به عنوان مثال، با ایجاد شیب رو به بالا یا پایین در یک شیء، می‌توان خط‌هایی ایجاد کرد که نشان دهنده پرواز یا نزول آن شیء باشد.

•

# سلسله مراتب بصری:

قبل

بعد



## سلسله مراتب بصری:



## سلسله مراتب بصری:





# سلسله مراتب بصری:

## ۱۲- شبکه یا گریدها طرح‌ها را سازماندهی می‌کنند.

موثرترین طرح‌ها با کمک نوعی از شبکه‌ها ایجاد شده‌اند. معمولی‌ترین شبکه ترکیب مدولار کلاسیک شامل خطوط عمودی و افقی است.

هنرمندان، عکاسان و طراحان گرافیک مدتهاست که از قانون یک سوم برای بهبود تعادل کلی سازه‌های خود استفاده می‌کنند. این قانون شامل تقسیم ذهنی یک ترکیب به یک شبکه متشکل از دو خط افقی و دو خط عمودی، یا نه بخش جداگانه است.

عناصر بصری مهم در امتداد خطوط قرار گرفته و بر چهار نقطه محل تقاطع خطوط تأکید می‌کنند. به طور کلی در مقایسه با طرح‌هایی که نقطه کانونی اصلی در مرکز قاب قرار می‌گیرد، ترکیب‌های خارج از مرکز از نظر زیبایی شناسی لذت بخش‌تر هستند. این قانون استفاده از فضای منفی، مجاورت هوشمندانه عناصر و ترازبندی موثر را ترغیب می‌کند.

شبکه مدولار رایج‌ترین و واضح‌ترین نوع طراحی است. با این وجود، گاهی اوقات بهترین راه برای ایجاد تأکید، شکستن قوانین است.

# سلسله مراتب بصری:

قبل

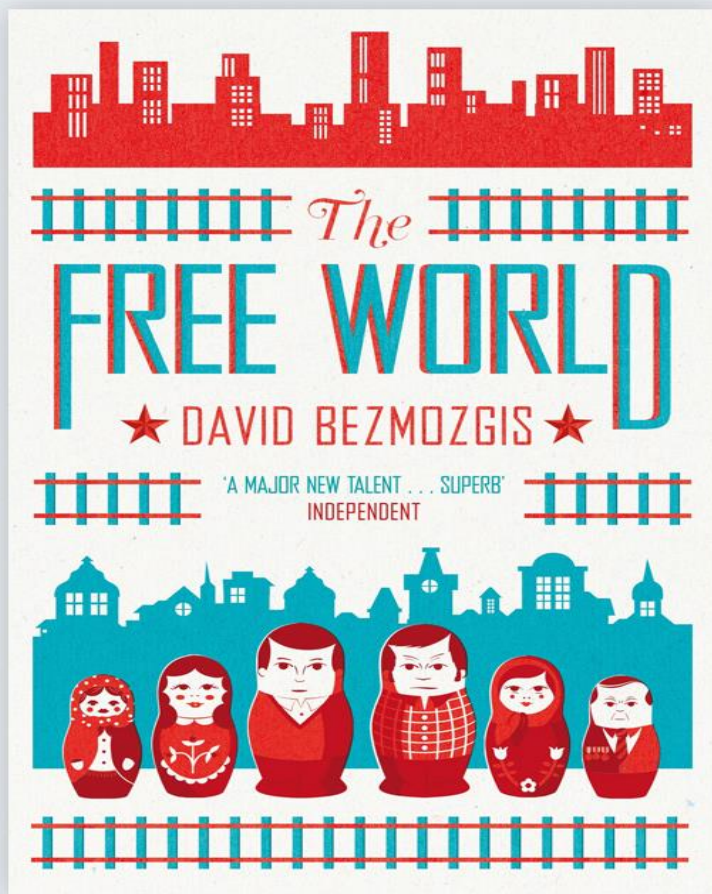


بعد





## سلسله مراتب بصری:



## سلسله مراتب بصری:

### • طرح های شبکه جایگزین:

به جای شبکه کلاسیک افقی-عمودی، طراحان ممکن است از یک ترکیب جهت‌دار مورب برای جلب توجه بینندگان و ایجاد تاکید در طراحی استفاده کنند.





# سلسله مراتب بصری:

## • شکستن شبکه (Breaking the Grid):

برخی از طراحان ممکن است کلاً گرید را نادیده گرفته و عنصر بصری خاصی را به طور تصادفی در صفحه قرار دهند، به این شکل می‌توان در میان متون محصور شده در گرید، بر روی این عنصر خاص تاکید ایجاد کرد. این متن پیرامونی می‌تواند در همان طرح و یا در صفحات اطراف قرار داشته باشد.

### نکته:

قرار دادن تصادفی عناصر بدون هیچ دلیل و استراتژی مشخص در پس‌زمینه به شکل معجزه آسایی به خلق یک شاهکار منجر نمی‌شود. هنگام شکستن شبکه هنوز هم باید تمام انتخاب‌ها محاسبه شده و هدف دار باشند.

جلسہ پنجم:

# تایپوگرافی



# آنچه در این جلسه می‌خوانید:

- ۱- تایپوگرافی چیست؟
- ۲- نقش تایپوگرافی در طراحی
- ۳- عناصر ضروری تایپوگرافی
- ۴- سلسله مراتب تایپوگرافی

# تایپوگرافی چیست؟

تایپوگرافی به عنوان یک مهارت انتقال زبان بشر با یک سبک بصری تعریف می شود. علاوه بر این، تایپوگرافی زبان را به یک عنصر بصری تزئینی تبدیل می کند.

تایپوگرافی چیزی بیش از چاپ و سازماندهی متون و انتخاب فونت آن است. معمولاً، تایپوگرافی به عنوان هنر و علمِ سبک، ظاهر و ساختار فونت تعریف می شود که هدف آن ارائه نسخه های زیبا و خوانا به خوانندگان است. در واقع تایپوگرافی به تمامی تغییراتی اطلاق می شود که روی فونت اعمال می شود تا زیبا و خوانا باشد و تمامی موارد این حوزه را شامل می شود.



# نقش تایپوگرافی در طراحی:

مردم به دریافت اکثر اطلاعات در قالب متن عادت کرده‌اند و طراحان باید این فرایند را آسان و کارآمد کنند. دانش پایه تایپوگرافی می‌تواند به درک ویژگی‌های ارائه بصری فونت و تأثیر آن بر درک کاربران کمک کند.

یک **متن مؤثر کلید اصلی** یک طراحی قدرتمند است. اثربخشی آن نه تنها به محتوا، بلکه به نوع ارائه آن نیز بستگی دارد. اندازه، فاصله بین حروف، رنگ، وزن و ساختار متن، همه و همه اهمیت دارند.

طراحان می‌توانند با انتخاب فونت‌های مناسب و روش‌های ارائه آنها، حالت و یا پیام خاصی را منتقل کنند. با کمک این روش تایپوگرافی به برقراری ارتباط یک طرح با افراد کمک می‌کند.

عملکرد بصری و خوانایی متن‌ها در محصولات تأثیر زیادی در تجربه کاربر دارد. اگر فونت‌ها به راحتی خوانده نشوند، ممکن است افراد در زمینه نویگیشن دچار مشکل شده و یا حتی نتوانند از آن استفاده کنند. علاوه بر این، تایپوگرافی بد به شکل قابل توجهی بر تأثیر اولیه تأثیر می‌گذارد؛ چرا که حتی اگر کاربران متن را نخوانند، آن را اسکن خواهند کرد.

# عناصر ضروری تایپوگرافی:

▪ هم ترازی (Alignment)

▪ فونت و تایپ فیس

▪ ردیابی (Tracking)

▪ Baseline و Mean line

▪ کرنینگ (Kerning)

▪ اندازه ، وزن و ارتفاع

▪ هدایت (Leading)

▪ Descender و Ascender

▪ فضای سفید



# فونت و تایپ فیس:

امروزه بسیاری از طراحان از اصطلاحات فونت و تایپ فیس به عنوان واژه‌های مترادف استفاده می‌کنند، اما این کار کاملاً درست نیست.

**تایپ فیس** سبکی در طراحی فونت است که شامل طیف کاملی از ویژگی‌های مربوط به اندازه و وزن می‌شود.

**فونت** نمایش گرافیکی متن است که معمولاً با یک تایپ فیس، اندازه و وزن خاص معرفی می‌شود.

به عبارت دیگر، تایپ فیس چیزی شبیه به یک خانواده است و فونت جزئی از آن محسوب می‌شود. هر دو اینها عوامل اساسی هستند که طراحان و حرفچین‌ها برای ایجاد تایپوگرافی خوانا و زیبا از آن استفاده می‌کنند.

# Baseline و Mean line:

معمولاً، کاراکترهای متن در یک خط مستقیم قرار گرفته و یک نمایش تصویری شسته و رفته را ایجاد می‌کنند.

ابزار اصلی کمک به طراحان در این فرایند عبارتند از **Mean line** و **Baseline**. اولی نشانگر بالا و دیگری قسمت پایین یک کاراکتر است. چنین خطوطی امکان ایجاد حروف هموار را فراهم می‌کنند. البته بعد از اتمام کار طراحان، این خطوط در رابط کاربری نامرئی هستند.





# اندازه ، وزن و ارتفاع:

از مهمترین مواردی که می‌بایست در تایپوگرافی خوب به آن توجه کرد کنترل خصوصیات فونت است. برای جدا کردن انواع مختلف اطلاعات، ایجاد سلسله مراتب بصری و برجسته کردن نکات ضروری، طراحان از فونت‌هایی با وزن و اندازه متفاوت استفاده می‌کنند. وزن فونت، اندازه ضخامت آن است. این اندازه‌ها معمولاً با اینچ، میلی‌متر یا پیکسل اندازه‌گیری می‌شوند. ارتفاع کاراکتر "x-height" نیز نامیده می‌شود (زیرا بدنه هر کاراکتر اندازه‌ای بر اساس حرف X دارد). این رویکرد باعث یکنواختی به نظر رسیدن آنها می‌شود. تفکیک عناصر متنی از قبیل عنوان اصلی، عنوان فرعی و بدنه متن با تغییر این پارامترها آسان است.



Ahg

# Ascender و Descender:

Ascender بخشی از حروف است که بالاتر از خط میانی قرار می‌گیرد.  
Descender برعکس آن است؛ یعنی بخشی که در زیر Baseline قرار می‌گیرد.





# فضای سفید:

فضای سفید که به عنوان فضای منفی نیز شناخته می‌شود، فضای بین عناصر موجود در یک طراحی است. خوانندگان معمولاً از نقش عظیم این فضا آگاهی ندارند، اما طراحان توجه زیادی به آن می‌کنند. در صورت عدم تعادل در فضای سفید، خواندن متن دشوار خواهد بود. به همین دلیل فضای منفی به اندازه هر عنصر دیگری در تایپوگرافی مهم است.

## WHITESPACE

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus consectetur magna ipsum dignissim, a posuere volutpat mauris, magna pulvinar in vulputate ligula vel. At sem ante eu erat blandit. Blandit vestibulum dapibus libero mi quisque tortor, interdum tristique nulla vitae.

## WHITESPACE

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus consectetur magna ipsum dignissim, a posuere volutpat mauris, magna pulvinar in vulputate ligula vel. At sem ante eu erat blandit. Blandit vestibulum dapibus libero mi quisque tortor, interdum tristique nulla vitae.

# هم ترازى (Alignment):

ايجاد تايپوگرافى مؤثر چندان آسان نيست و شامل فرايندهاى زيادى مى شود. به عنوان مثال، هم ترازى، عمل مرتب کردن يك متن است. در طى اين مرحله، طراحان قطعاتى را كه به صورت تصادفى قرار گرفته اند را به يك تركيب واحد تبديل مى كنند. در واقع اگر متن چند خط باشد، تمام خطوط بايد از يك خط عمودى مستقيم شروع شوند.

## LEFT

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus  
consectetuer magna ipsum dignissim, a  
posuere volutpat mauris, magna pulvinar  
in vulputate ligula vel. At sem ante eu erat  
blandit. Blandit vestibulum dapibus  
libero mi quisque tortor, interdum  
tristique nulla vitae.

## JUSTIFIED

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus consec-  
tetuer magna ipsum dignissim, a posuere  
volutpat mauris, magna pulvinar in vulpu-  
tate ligula vel. At sem ante eu erat blandit.  
Blandit vestibulum dapibus libero mi quis-  
que tortor, interdum tristique nulla vitae.

## RIGHT

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus  
consectetuer magna ipsum dignissim, a  
posuere volutpat mauris, magna pulvinar  
in vulputate ligula vel. At sem ante eu erat  
blandit. Blandit vestibulum dapibus  
libero mi quisque tortor, interdum  
tristique nulla vitae.

## CENTER

Lorem ipsum dolor sit amet, vivamus  
consectetuer magna ipsum dignissim, a  
posuere volutpat mauris, magna pulvinar  
in vulputate ligula vel. At sem ante eu erat  
blandit. Blandit vestibulum dapibus  
libero mi quisque tortor, interdum tris-  
tique nulla vitae.



# ردیابی (Tracking):

روند ردیابی شامل تنظیم فضای گروهی از کاراکترهای متنی است، که یک کلمه و یا بلوک متنی را تشکیل می‌دهند. یک طراح فاصله مناسب تمام حروف را تنظیم کرده و باعث می‌شود متن زیبا و دلپذیر به نظر برسد.

ردیابی مؤثر باعث می‌شود تا حروف یک کلمه به راحتی قابل خواندن باشند.



TYPE

TRACKING

# کرنینگ (Kerning):

کرنینگ تا حدودی مشابه ردیابی است، اما این دو کاملاً یکسان نیستند. ردیابی به معنی فاصله بین تمام کاراکترهای فونت است، در حالی که کرنینگ روند تنظیم فضای بین دو کاراکتر در متن است. این اصطلاح معمولاً در موارد خاصی، هنگامی که یک طراح تصمیم می‌گیرد برای طبیعی‌تر به نظر رسیدن، فاصله بین دو حرف خاص را تغییر دهد، به کار می‌رود.



The diagram shows the word "type" in a serif font. A vertical line is drawn between the letters 'p' and 'e'. Above this line, the word "KERNING" is written in a small, red, sans-serif font. This visualizes the concept of adjusting the space between specific characters.



# هدایت (Leading):

Leading فاصله بین بیس لاین‌ها در متن است. یک Leading مناسب به خوانندگان کمک می‌کند تا به راحتی از یک خط از متن به خط دیگر بروند و متون بزرگ را خوانا می‌کند. در طراحی، اندازه استاندارد Leading ۱۲۰٪ اندازه point size فونت است، اما ممکن است با توجه به خصوصیات نوع تایپ متفاوت باشد.

love

type

LEADING

# سلسله مراتب تایپوگرافی:

مانند هر عنصر طراحی دیگری، تایپوگرافی نیز باید سازمان یافته باشد. سلسله مراتب تایپوگرافی سیستمی است که محتوای متن را به بهترین وجه ممکن برای درک کاربران سازماندهی می‌کند. هدف این کار ایجاد تضاد بین متون قسمت‌های مختلف است. سلسله مراتب تایپوگرافی با تنظیم عناصر تایپوگرافی از جمله تایپ‌فیس‌ها، فونت‌ها، اندازه، رنگ و همچنین ترازبندی آنها ایجاد می‌شود.

سلسله مراتب تایپوگرافی از طریق انواع متداول تایپ‌های محتوای متن مورد استفاده در طراحی UI ایجاد می‌شود. آنها شامل عناوین اصلی، عناوین فرعی، بدنه متن، عناصر فراخوان عمل، کپشن‌ها و موارد دیگر هستند. این عناصر متنی لایه‌های متمایزی در طراحی ایجاد می‌کنند: **سطح اول**، **سطح دوم** و **سطح سوم**.

**سطح اولیه** محتوای متنی مانند **عناوین اصلی**، دارای **بزرگترین تایپ** می‌باشند. این امر توجه کاربر را به محصول جلب می‌کند.

**سطح ثانویه** شامل عناصری می‌شود که به راحتی قابل اسکن هستند، از قبیل **عناوین فرعی** و **کپشن‌ها** که به کاربران اجازه می‌دهند تا مسیر خود را در محتوا پیدا کنند.

**سطح سوم** تایپوگرافی شامل **بدنه متن** و **سایر اطلاعات** است. اندازه این مورد معمولاً **کوچک** است، اما هنوز هم باید به اندازه کافی قابل خواندن باشد.



## تمرین:

متن صفحه قبل را با فونت و تایپ فیس دلخواه ویرایش کنید.

جلسه ششم:

وایر فریم، ماکاپ  
و پروتوتایپ



# آنچه در این جلسه می‌خوانید:

- ۱- وایرفریم چیست؟
- ۲- ویژگی‌های وایرفریم
- ۳- راه‌های ایجاد وایرفریم
- ۴- ماکاپ چیست؟
- ۵- پروتوتایپ چیست؟

# وایر فریم (Wireframe) چیست؟

وایر فریم یک روش ساده و کم کیفیت برای نشان دادن یک طراحی، و نمایش گرافیکی یک اپلیکیشن یا وب سایت است که تنها حاوی عناصر و محتوای ضروری است. یک وایر فریم مثل بلوپرینت (طرح اولیه) ساختمان است. هنگامی که فردی قصد احداث یک ساختمان عظیم را دارد، بلافاصله شروع به کار نمی کند. بلکه، طرح اولیه را ریخته، بلوپرینت ها را تهیه کرده، محاسبات را انجام داده و نهایتاً شروع به ساختن بنا می کند.

در طراحی وب سایت و اپلیکیشن نیز همین اتفاق می افتد. نمی توان بلافاصله شروع به کار کرد، چرا که ممکن است چیزی نادیده گرفته شود یا یک عنصر حیاتی فراموش شود. در این راستا، یک وایر فریم به جمع آوری همه چیز در کنار یکدیگر و ایجاد یک تصویر کلی کمک می کند.



# ویژگی‌های وایرفریم:

- بخش‌های اصلی محتوا را نشان می‌دهد.
- کلیت و ساختار طرح را ترسیم می‌کند.
- ساده‌ترین طرح از یک رابط کاربری را نشان می‌دهد.

# راه‌های ایجاد وایرفریم:

راه‌های مختلفی برای ایجاد یک وایرفریم وجود دارد. یکی از این روش‌ها طراحی اولیه آن روی کاغذ است. راه دیگر، استفاده از ابزارهای ایجاد وایرفریم مانند [UXPin](#)، [Balsamiq](#) و ... است.

یکی از مزایای فوق العاده ایجاد یک وایرفریم این است که گران نبوده و سریع آماده می‌شود. همچنین می‌توانید آنرا به کاربران بالقوه نشان داده و بازخورد دریافت کرد، که یک فرصت بسیار عالی است؛ چرا که هنگام ارائه وایرفریم، مردم به کارکرد و تجربه کاربری بیشتر از بعد زیبایی شناسی توجه نشان می‌دهند.



# ماکاپ (Mockup) چیست؟

ماکاپ یک روش بصری در نمایش محصول است. در حالی که وایرفریم عمدتاً ساختار محصول را نشان می‌دهد، یک ماکاپ نشان دهنده ظاهر محصول است. با این حال، ماکاپ ویژگی‌های عملکردی محصول را ندارد (درست مانند وایرفریم) مثلاً کاربر نمی‌تواند روی دکمه‌ها کلیک کند و تنها ظاهر آنها را خواهد دید. بر خلاف وایرفریم، ماکاپ یک نمایش با کیفیت (high-fidelity) یا با کیفیت متوسط و واقعی‌تر از طراحی است. مثلاً یک دکمه در وایرفریم صرفاً با یک چهارچوب و یک نوشته نشان داده می‌شود اما در ماکاپ جزئیات آن مانند رنگ، سایه، گردی گوشه‌ها و... نمایش داده می‌شوند.

ماکاپ در گرفتن تصمیمات نهایی مربوط به ترکیب رنگ، سبک بصری و تایپوگرافی محصول کمک می‌کند. استفاده از یک ماکاپ، اجازه کسب تجربه در زمینه ویژگی‌های ظاهری محصول را داده تا نهایتاً تصمیم گرفته شود که کدام یک بهترین انتخاب است. در اینجا نیز می‌توان از کاربران بالقوه درخواست بازخورد کرده و تغییرات لازم بلافاصله اعمال شود. این امر باعث می‌شود که زمان بیشتری صرف تغییرات مربوط به رابط کاربری پس از راه اندازی محصول نشود و نظرات و بازخوردها حین طراحی در محصول اعمال شود.

# پروتوتایپ (Prototype) چیست؟

پروتوتایپ اغلب نمونه با کیفیت از محصول نهایی است که به منظور شبیه‌سازی تعاملات کاربر ایجاد شده است. بر خلاف دو مورد قبلی، پروتوتایپ دارای ویژگی‌های عملکردی محصول بوده و بنابراین به کاربر اجازه می‌دهد تا محتوا و تعاملات رابط کاربری را تجربه کند مثلاً روی دکمه‌ها کلیک کند و بین صفحات مختلف پیمایش کند. در واقع یک پروتوتایپ بسیار شبیه به محصول نهایی است. اما باز هم محصول نهایی نمی‌باشد!

تفاوت بین محصول نهایی و پروتوتایپ این است که در مورد پروتوتایپ رابط کاربری و بک‌اند (backend) که وظیفه کنترل محتوا را بر عهده دارد اغلب به یکدیگر متصل نیستند. پروتوتایپ برای کاهش هزینه‌های توسعه محصول تا زمان تایید نهایی رابط کاربری تهیه می‌شود. پس از آزمایش پروتوتایپ، تیم می‌تواند به سراغ برنامه‌نویسی برود.

یکی از مزایای پروتوتایپ این است که بسیار تعاملی است و کاربران را قادر می‌سازد تا رابط کاربری را تجربه کرده و هر چه در مورد آن دوست داشته یا دوست ندارند را پیدا کنند. [Mockplus](#) و [Adobe XD](#) ابزارهایی برای ایجاد پروتوتایپ هستند.



جلسه هفتم:

# مفاهیم و اصطلاحات مربوط به تئوری رنگها

# آنچه در این جلسه می خوانید:

- ۱- رنگ چیست؟
- ۲- خواص رنگ
- ۳- گردونه رنگ
- ۴- انواع رنگها
- ۵- رنگ های گرم، سرد و خنثی
- ۶- سیستم های رنگی
- ۷- رنگ بندی



# رنگ چیست؟

قبل از هر اقدام دیگری در خصوص تئوری رنگها، درک ماهیت رنگ ضروری است.

فرهنگ لغت رنگ را به عنوان یک نمود نور (مانند قرمز، قهوه‌ای، صورتی یا خاکستری) یا ادراک بصری تعریف می‌کند که می‌تواند به افراد در درک تفاوت اشیائی که به نظر مشابه می‌رسند کمک کند.

به عبارت ساده، رنگ کیفیتی در یک شیء است که به علت انعکاس یا انتشار نور از یک جسم، ایجاد می‌شود. رنگ را می‌توان از نظر بصری از طریق اندازه‌گیری خواص آن مانند **فام (Hue)**، **اشباع (Saturation)**، **رنگ‌پذیری (Chromaticity)** و **ارزش (Value)** سنجید.

# خواص رنگ:

## • فام (Hue):

واژه فام اغلب با رنگ اشتباه گرفته می‌شود، بنابراین این واژه از موارد موجود در تئوری رنگها نیاز به توضیح دارد. اولاً باید درک کرد که واژه “رنگ” یک اصطلاح عمومی است که برای نامگذاری فامها، تهرنگها (Tints) و تُناژها (Tones) استفاده می‌شود. از سوی دیگر، فام دقیقاً جواب سوال که “این چه رنگی است؟” می‌باشد. اساساً فام، خانواده‌ای متشکل از دوازده رنگ خالص بر روی گردونه رنگ است.

یک فام به عنوان یک ماده اولیه عمل کرده که می‌تواند با سه روش مختلف تغییر کند:

ته رنگ یا سیری (Tinting)، سایه‌زدن (Shading) و تغییر تُناژ یا (Toning).

با توجه به تکنیک اعمال شده، یک فام تبدیل به تهرنگ، سایه یا تُناژ می‌شود که تشخیص آنها از هم آسان است. یک Tint با مخلوط کردن فام با رنگ سفید ایجاد می‌شود، در حالی که سایه با ترکیب فام با رنگ سیاه شکل می‌گیرد. تغییر تُناژ یک فرآیند ظریفتر بوده و نیاز به اضافه کردن رنگ سیاه و سفید دارد، به همین علت ممکن است نتایج آن طبیعی‌تر از سایه و تهرنگ باشد.



# خواص رنگ:

## • ارزش (Value):

همانطور که گفته شد، رنگ‌ها ویژگی‌های خاصی دارند که می‌توان آنها را با آن تشخیص داد. Value نشان می‌دهد که یک رنگ چقدر تیره یا روشن است. این مشخصه با سطح رنگ سفید مشخص می‌شود. هر چه رنگ سفید بیشتری به یک فام اضافه شود، Value آن بیشتر است.

# خواص رنگ:

## • رنگ پذیری (Chromaticity):

کروما یا کروماتیسیته، خلوص یک فام را نشان می‌دهد. این ویژگی با حضور رنگ سفید، خاکستری یا سیاه در یک رنگ اندازه‌گیری می‌شود. دوازده فام اصلی که قبلاً توضیح داده شده‌اند دارای بالاترین سطح کروماتیسیته هستند، چرا که حاوی عناصر اضافی نمی‌باشند. رنگ‌های دارای کروماتیسیته بالا معمولاً درخشان و واضح به نظر می‌رسند.



# خواص رنگ:

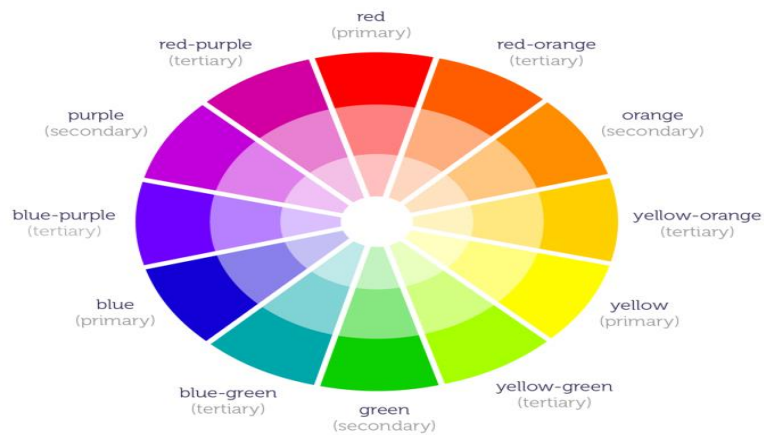
## • اشباع (Saturation):

این مشخصه نقاط مشترک بسیاری با ارزش و کروما دارد، بنابراین گاهی اوقات ممکن است با یکدیگر اشتباه گرفته شوند. با این حال، درک تفاوت آنها بسیار مهم است. بر خلاف دو ویژگی قبلی، اشباع شامل ترکیب فام با رنگ‌های دیگر نمی‌شود. بلکه در مورد چگونگی به نظر رسیدن هر رنگ در شرایط نوری مختلف است. اشباع در مورد توصیف پررنگی یا کم‌رنگی یک رنگ خاص در نور روز و نور ضعیف است. این مشخصه به عنوان شدت رنگ نیز شناخته می‌شود.

# گردونه رنگ:

از مهمترین موارد مربوط به تئوری رنگ‌ها گردونه رنگ است، گردونه رنگ دایره‌ای متشکل از رنگ‌های مختلف است و به درک نحوه ارتباط رنگ‌های مختلف با یکدیگر و چگونگی ترکیب آنها کمک می‌کند. گردونه رنگ معمولاً از رنگ‌های اولیه، ثانویه و سه گانه (Tertiary) تشکیل شده است که به عنوان فام نیز شناخته می‌شوند.

## گردونه رنگ‌ها





# انواع رنگها:

## • رنگ‌های اصلی:

شامل سه رنگ پیگمننتی هستند که با ترکیب هیچ رنگی نمی‌توان آنها را ایجاد کرد. رنگ‌های اصلی به عنوان پایه کل سیستم رنگی عمل می‌کنند. رنگ‌های اولیه بسته به نوع سیستم رنگی متفاوت هستند. یک سیستم کاهشی (Subtractive System) بر پایه فیروزه‌ای، ارغوانی و زرد (CMYK) است، در حالی که رنگ قرمز، سبز و آبی (RGB) سیستم افزایشی را تشکیل می‌دهند. سیستم رنگ آمیزی (RYB) شامل رنگ قرمز، زرد و آبی است.

# انواع رنگها:

## • رنگ‌های ثانویه:

این رنگها با ترکیبی از دو رنگ اولیه ایجاد می‌شوند. از آنجا که هر سیستمی دارای رنگ‌های پایه متفاوت است، رنگ‌های ثانویه نیز متفاوت هستند. در اینجا یک توضیح شماتیک از رنگ‌های ثانویه موجود در هر سیستم آمده است:

## • RGB:

(سبز + قرمز = زرد), (قرمز + آبی = ارغوانی), (آبی + سبز = فیروزه‌ای)

## • CMYK:

(زرد + ارغوانی = قرمز), (ارغوانی + فیروزه‌ای = آبی), (فیروزه‌ای + زرد = سبز)

## • RYB:

(زرد + قرمز = نارنجی), (قرمز + آبی = بنفش), (آبی + زرد = سبز)



# انواع رنگها:

## • رنگ‌های سه‌گانه:

ترکیبی از رنگ‌های اولیه و ثانویه رنگ‌های سه‌گانه را ایجاد می‌کند که معمولاً نام دو کلمه‌ای از جمله قرمز-بنفش یا زرد-نارنجی دارند.

# رنگ‌های گرم، سرد و خنثی:

تمام رنگ‌های توضیح داده شده را می‌توان در تئوری رنگها در سه گروه مقابل تقسیم کرد: سرد، گرم و خنثی.

رنگ‌های سرد در قسمت سبز-آبی گردونه رنگی هستند و از آنجا که احساس سرما در انسان ایجاد می‌کنند، رنگ‌های سرد نامیده می‌شوند. رنگ‌های گرم به علت داشتن ارتباط با احساس گرما، بر عکس رنگ‌های سرد هستند. زرد، نارنجی و قرمز فام‌های مربوط به رنگ‌های گرم هستند. در آخر رنگ‌های خنثی در گردونه رنگی حضور ندارند؛ از جمله خاکستری، قهوه ای و بژ.



# سیستم‌های رنگی:

## • RGB:

سیستم رنگی RGB رنگ قرمز، آبی و سبز را به عنوان رنگ‌های اصلی در نظر می‌گیرد. این سیستم پایه تمام رنگ‌های مورد استفاده در صفحه نمایش است. ترکیب مقادیر مساوی از رنگ‌های اولیه در این سیستم، رنگ‌های ثانویه فیروزه‌ای، ارغوانی و زرد را به وجود می‌آورد، اما باید توجه داشت که اگر از نور بیشتری استفاده شود، رنگها روشن‌تر و کم رنگ‌تر خواهند شد.

## • RYB:

قرمز، زرد، آبی نیز یک سیستم رنگ‌آمیزی است که اغلب در آموزش هنر، به ویژه در نقاشی استفاده می‌شود. این سیستم به عنوان اساس تئوری علمی رنگی مدرن عمل کرده که مشخص می‌کند رنگ‌های فیروزه‌ای، ارغوانی و زرد، موثرترین مجموعه سه‌تایی برای ترکیب رنگ هستند.

## • CMYK:

سیستم CMY با ظهور چاپ فوتومکانیک ایجاد شد. این سیستم با عنصر کلیدی یا همان جوهر سیاه ترکیب شده به عنوان فیروزه‌ای، ارغوانی، زرد و سیاه نامگذاری شد. بدون وجود این رنگدانه اضافی، نزدیک‌ترین سایه (Shade) به سیاه، قهوه‌ای گلی خواهد بود. امروزه از این سیستم رنگی اغلب در طراحی چاپی و چاپخانه‌ها استفاده می‌شود.

# تفاوت RGB و CMYK:

## تفاوت RGB و CMYK

RGB



افزایشی

در طراحی دیجیتال کاربرد دارد

CMYK



کاهشی

برای کارهای چاپی استفاده می شود



# رنگ‌بندی (Color schemes):

تعادل رنگ در طراحی بسیار حیاتی است، زیرا اولین نگاه به وبسایت یا اپلیکیشن اثر خود را بر کاربر گذاشته و رنگها تأثیر زیادی در این امر دارند. طراحان طرح‌های رنگی اساسی، یا همان هماهنگی رنگ را مشخص می‌کنند که امری بسیار کارآمد است.

# تک‌رنگی (Monochromatic):

این سیستم بر پایه استفاده از یک رنگ با Tone و سایه‌های مختلف در آن است. از آنجا که انجام اشتباه و خلق یک رنگ‌بندی ناخوش‌آیند در این روش مشکل است، هارمونی تک‌رنگ همیشه یک انتخاب موفقیت‌آمیز است.





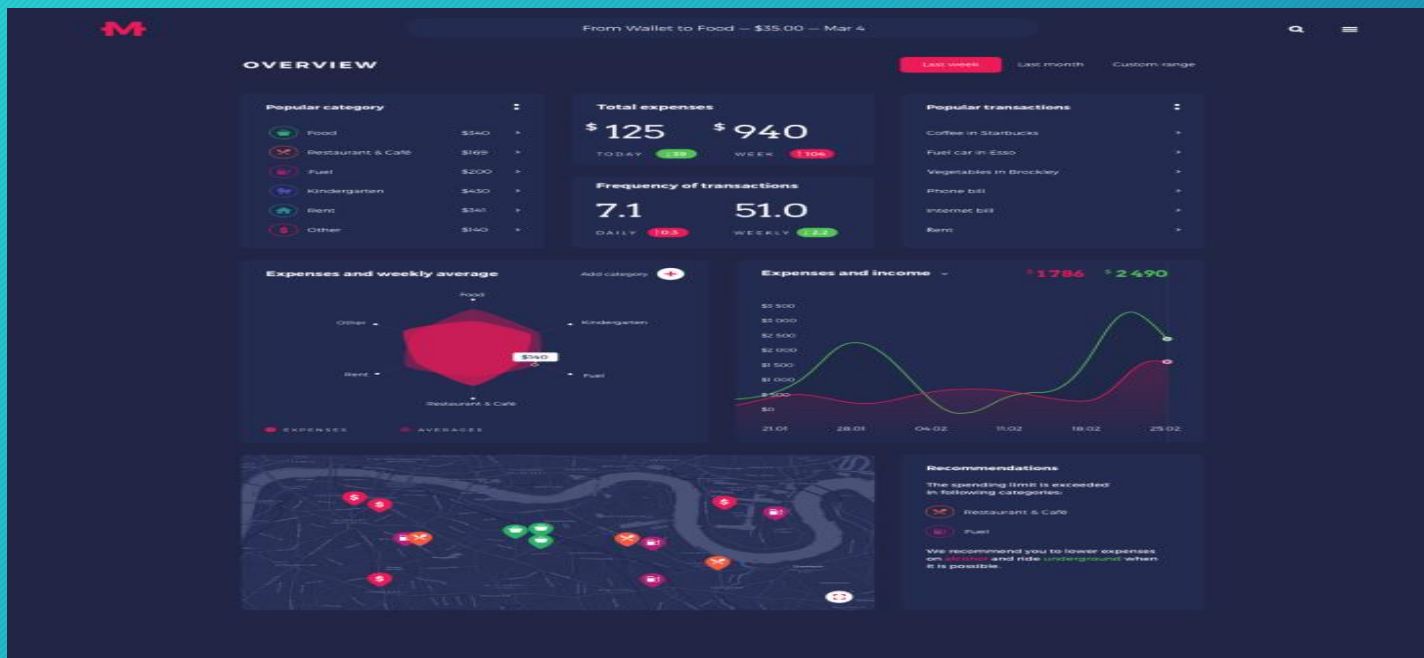
## متشابه (Analogous):

برای ایجاد هماهنگی متشابه، باید از رنگ‌هایی که در گردونه رنگ درست در کنار یکدیگر واقع شده‌اند استفاده شود. این نوع رنگ‌بندی برای انواعی از طراحی که در آن هیچ گونه کنتراستی مورد نیاز نیست، مانند پس‌زمینه صفحات وب یا آگهی‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرد.



# مکمل (Complementary):

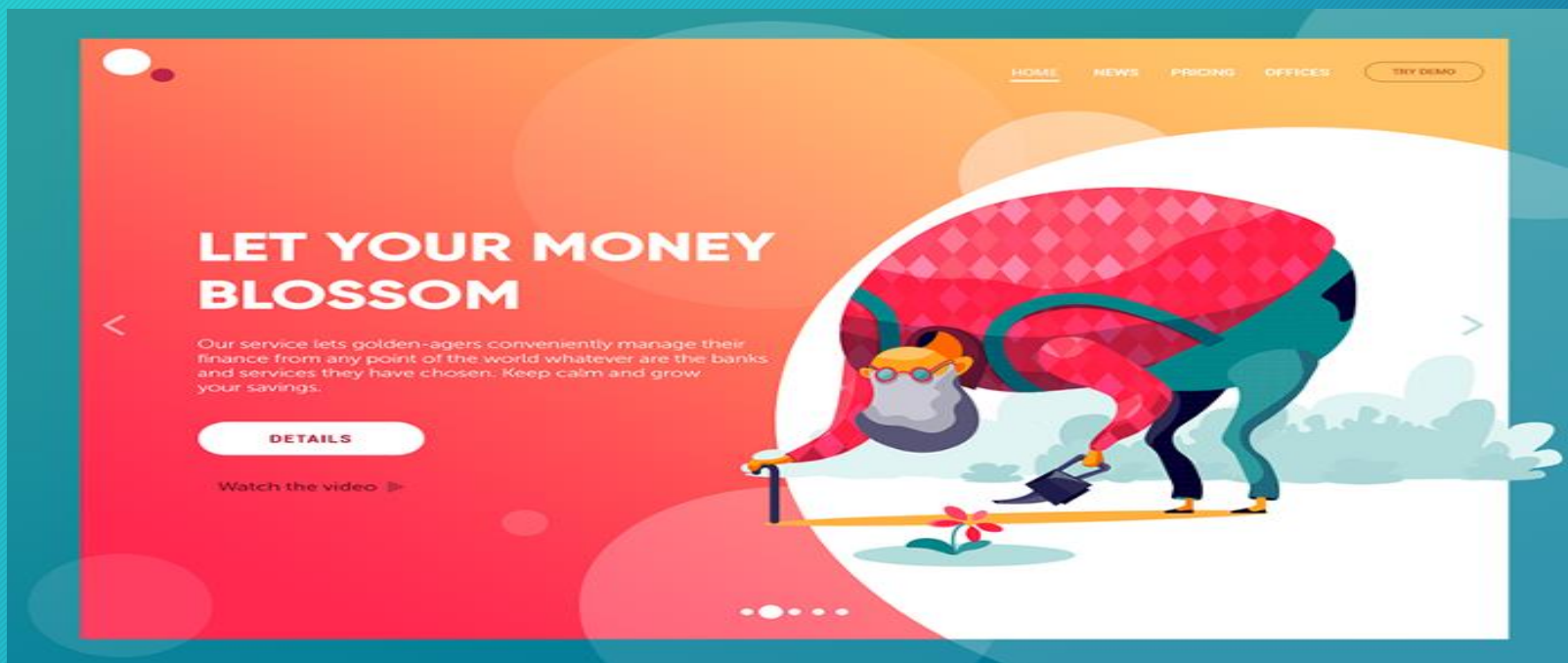
طرح مکمل استفاده از ترکیب رنگ‌هایی است که در گردونه رنگ رو به روی یکدیگر قرار می‌گیرد. این طرح بر عکس طرح متشابه و تک‌رنگ می‌باشد، زیرا هدف آن تولید کنتراست بالا است. به عنوان مثال، تشخیص دکمه نارنجی در پس زمینه آبی، در هر رابط کاربری آسان است. این سیستم رنگ‌بندی در طراحی کاربرد فراوان دارد.





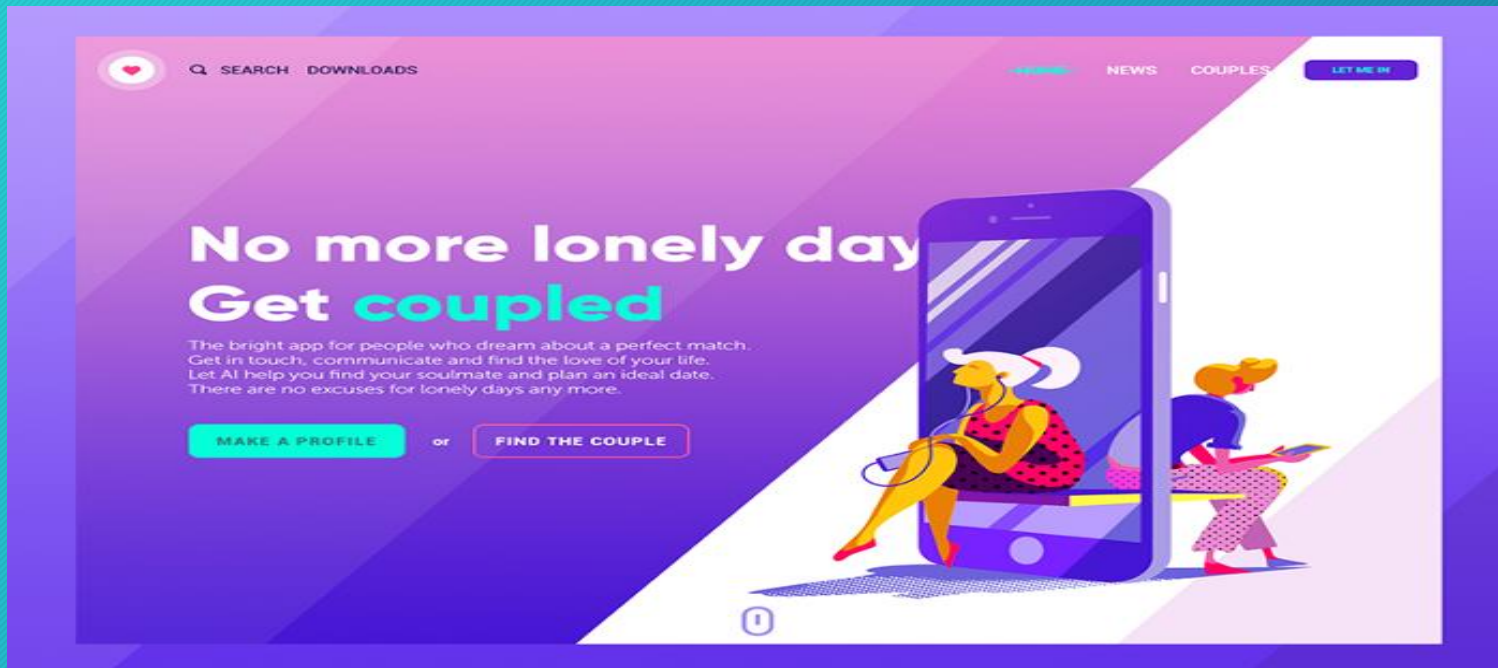
# متساوی الساقین (Split-Complementary):

این طرح مشابه طرح قبلی عمل کرده، اما از رنگ‌های بیشتری استفاده می‌کند. به عنوان مثال، اگر رنگ آبی انتخاب شده باشد، باید از دو رنگ دیگر که در مجاورت رنگ‌های مخالف آن هستند یعنی زرد و قرمز نیز استفاده شود. کنتراست در اینجا کمتر از طرح مکمل بوده اما اجازه می‌دهد رنگ‌های بیشتری استفاده شود.



# رنگ‌های سه‌گانه (Triadic):

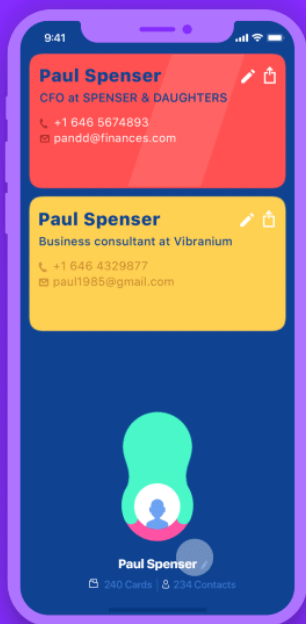
هنگامی که طراحی نیاز به رنگ‌های بیشتری دارد می‌توان طرح سه‌گانه را امتحان کرد. این مدل بر پایه سه رنگ جداگانه استوار است که بر روی گردونه رنگ در سه نقطه مساوی قرار دارند. برای ایجاد تعادل در این طرح، توصیه می‌شود از یک رنگ به عنوان رنگ غالب، و از دو رنگ دیگر برای ایجاد برجستگی در طرح استفاده شود.





# مکمل دو گانه / سه گانه :(Triadic/Split-Complementary)

استفاده از طرح رنگ سه گانه مخصوص طراحان با تجربه است زیرا ایجاد تعادل در آن بسیار سخت است. این مدل از چهار رنگ از گردونه استفاده می کند که جفت های مکمل هستند. اگر نقاط محل رنگ های انتخاب شده به هم متصل شود، یک مستطیل تشکیل می دهد. هماهنگی این طرح مشکل است اما اگر همه چیز درست انجام شود، نتایج می تواند خیره کننده باشد.



جلسه هشتم:

# طراحی دیالوگ‌ها و مودال‌ها



# آنچه در این جلسه می خوانید:

- ۱- دیالوگ چیست؟
- ۲- بهترین شیوه های ایجاد دیالوگ ها

## دیالوگ چیست؟

هنگام کار با گوشی یا گشت و گذار در سایت‌ها یا نرم‌افزارها ممکن است پیغامی روی صفحه نمایش ظاهر شود، این پیغام‌ها همان دیالوگ‌ها هستند که کاربر را از اطلاعاتی آگاه می‌کنند و توجه او را به کاری جلب می‌کنند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## ۱- کاهش وقفه:

از دیالوگ‌ها باید با دقت استفاده شود، چرا که آنها مختل کننده هستند. ظهور ناگهانی آنها کاربران را مجبور می‌کند تا عملکرد فعلی خود را متوقف کرده و روی محتوای دیالوگ تمرکز کنند. کاربران باید قبل از ادامه کار به دیالوگ توجه کرده و دیگر قادر به دسترسی به صفحه زیر آن نیستند. گاهی اوقات این امر بد نیست، مانند زمانی که کاربران باید یک اقدام مهم را تأیید کنند، اما بیشتر اوقات غیر ضروری و غالباً بسیار آزار دهنده است.

# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- نیاز به تأیید:

گاهی اوقات برای ادامه کار نیاز است که کاربر کاری را تایید کند، در این مواقع باید از دیالوگ‌ها استفاده شود.

Discard draft?

CANCEL

DISCARD



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## • دیالوگ‌ها به شکل ناگهانی باز نشوند:

باز شدن یک دیالوگ به شکل ناگهانی، بدون اینکه کاربر کاری انجام داده باشد، ایده بسیار بدی است. بسیاری از سایت‌ها بازدید کنندگان را با کادرهای درخواست اشتراک بمباران می‌کنند، مانند مثال زیر:



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## نکته:

- دیالوگ همیشه باید در نتیجه عمل کاربر باز شود. این کار ممکن است کلیک بر روی یک دکمه، دنبال کردن یک لینک یا انتخاب یک گزینه باشد.
- می‌توان از منوها به جای دیالوگ‌ها استفاده کرد.
- دیالوگ‌ها باید در نتیجه انجام یک عمل کاربر ظاهر شوند نه بصورت تصادفی.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## ۲- مطابقت بین دیالوگ و دنیای واقعی:

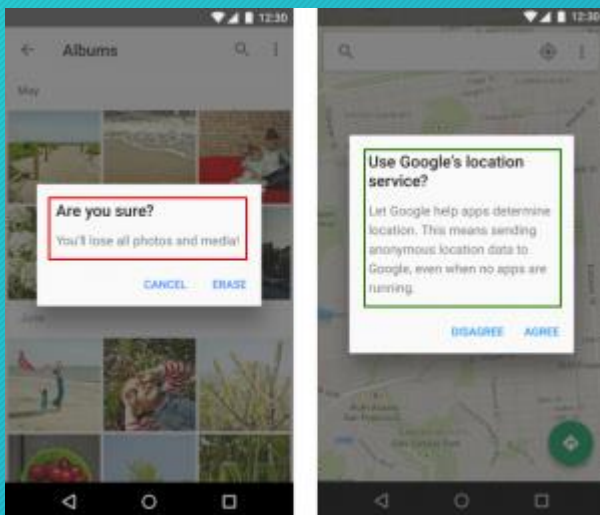
دیالوگ باید به جای استفاده از اصطلاحات مخصوص سیستم، از زبان کاربران (استفاده از کلمات، عبارات و مفاهیم آشنا برای کاربر) استفاده کند.

# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## • سوالات و گزینه‌های واضح:

همیشه باید از یک سؤال یا بیانیه واضح به همراه توضیحی در زمینه محتوا استفاده شود، برای مثال “پاک کردن فضای ذخیره؟” یا “حذف حساب کاربری؟”.

به طور کلی باید از عذرخواهی، ابهام یا پرسش‌هایی مانند “هشدار!” یا “آیا مطمئن هستید؟” خودداری شود.

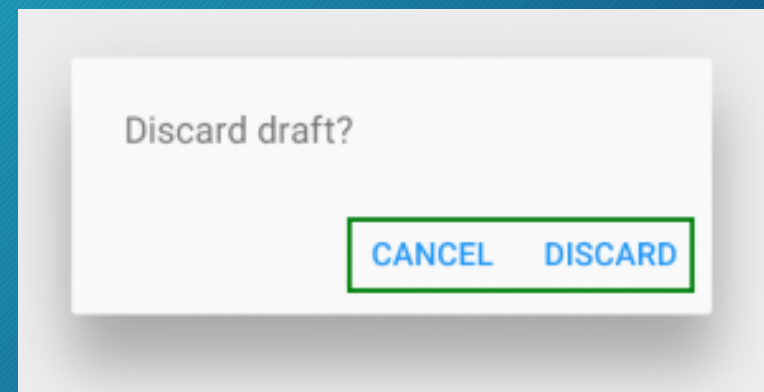
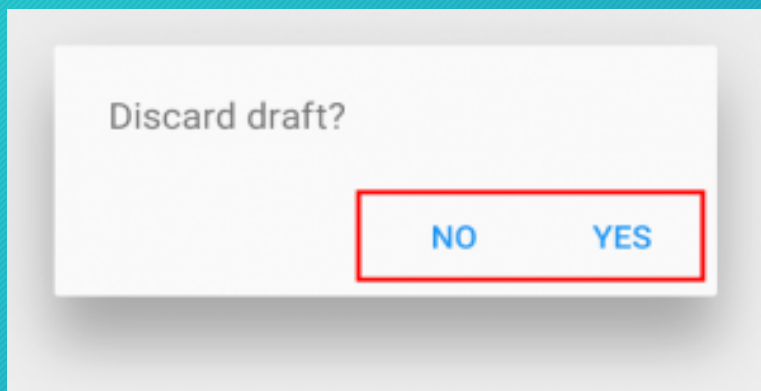




# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- سوالات و گزینه‌های واضح:

از ارائه گزینه‌های مبهم یا نامشخص به کاربران خودداری شود. تنها باید از گزینه‌های واضح استفاده کرد. در بیشتر موارد، کاربران تنها براساس عنوان و متن موجود در دکمه، باید متوجه گزینه‌ها بشوند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- اطلاعات مهم ارائه شود:

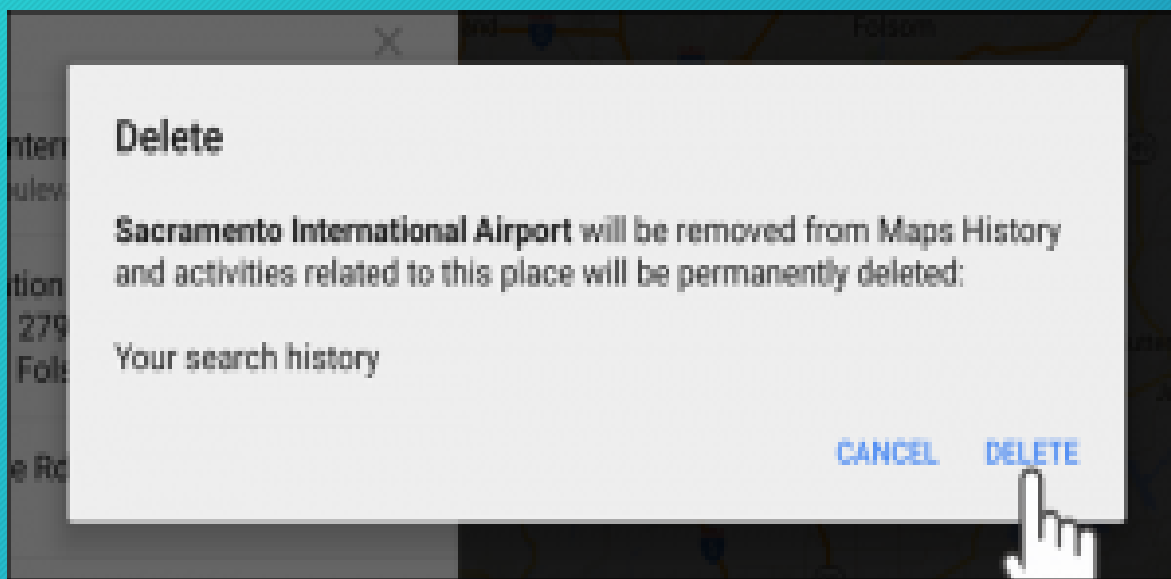
مهم است که یک دیالوگ حاوی اطلاعات مبهمی که احتمالاً برای کاربران مفید هستند، نباشد. به عنوان مثال، دیالوگی که درخواست تأیید حذف کردن برخی موارد توسط کاربران را دارد، باید موارد قابل حذف را نشان دهد.

- برای دسترسی به اطلاعات راهنما

از “بیشتر بدانید” استفاده نشود.

- اگر به اطلاعات اضافی دیگری نیاز است،

قبل از ورود به دیالوگ، باید ارائه شود.





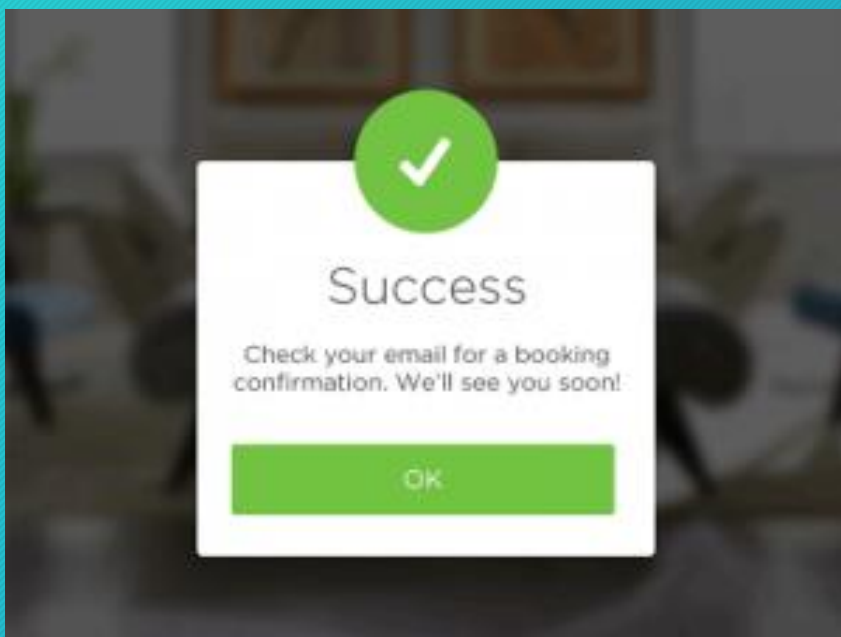
# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## • پیشنهاد بازخورد آموزنده:

باید به یاد داشت که پس از اتمام یک فرآیند، یک پیام اعلان قرار داده شود و به کاربر اطلاع داده شود که آنچه لازم بوده را انجام داده است.

## نکته:

- در دیالوگ‌ها از سؤالات و گزینه‌های واضح استفاده شود.
- دیالوگ‌ها به شکلی طراحی شوند که نتیجه بخش باشند.
- بعد از انجام عمل به کاربر اطلاع داده شود.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## ۳- برای ایجاد مینیمالیسم تلاش شود:

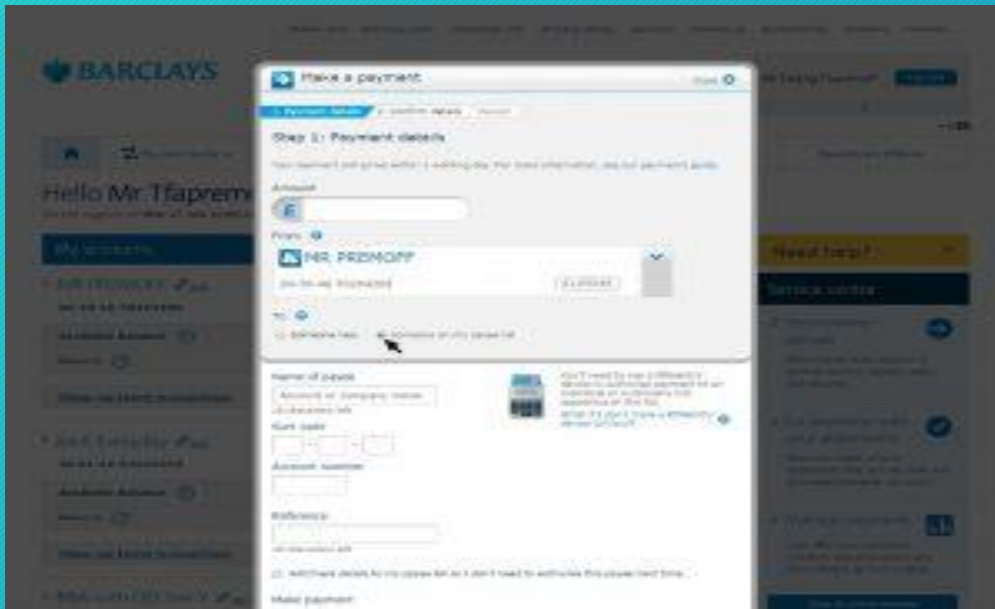
نباید اطلاعات بیش از حد در یک دیالوگ قرار داده شود، بلکه ساده و مرتب باشد. مینیمالیسم به معنای محدودیت نیست. کلیه اطلاعات باید با ارزش و مرتبط باشند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- تعداد عناصر و گزینه‌ها:

صفحه نمایش نباید با دیالوگ‌های بیپرده پر شود تا کاربر مجبور به اسکرول کردن نباشد.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- تعداد عملکرد (Number of Action):

یک دیالوگ نباید حاوی بیشتر از دو عملکرد باشد. یک عملکرد سوم، مانند “بیشتر بدانید” از دیالوگ فاصله گرفته و به طور بالقوه باعث ناتمام ماندن کار می‌شود.

## Use Google's location service?

Let Google help apps determine location. This means sending anonymous location data to Google, even when no apps are running.

[LEARN MORE](#)

[DISAGREE](#)

[AGREE](#)



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## • دیالوگ چند مرحله‌ای نشود:

تبدیل یک کار پیچیده به چند مرحله یک ایده عالی است، اما در کل نشانه این است که این امر پیچیده‌تر از آن است که از کاربران خواسته شود در طول یک دیالوگ آنرا کامل کنند.

اگر تعاملی تا حدی پیچیده باشد که نیاز به تبدیل شدن به چند مرحله داشته باشد، پس به اندازه کافی پیچیده است که بتواند صفحه مربوط به خود را داشته باشد.

The image displays three overlapping dialog boxes representing a multi-step process for creating an account. The first box, labeled 'STEP -1', is titled 'Create your account' and contains fields for 'Email', 'Password', and 'Confirm Password'. The second box, labeled 'STEP -2', is titled 'Educational Profiles' and contains fields for 'Level of Education', 'Work / Company', 'Planning Tool', and 'University'. The third box, labeled 'STEP -3', is titled 'Personal Details' and contains fields for 'Full Name', 'Last Name', 'Email', 'Gender', 'Age', and 'Phone Number'. Each step has a 'Next' button at the bottom.

The image shows a review dialog box for 'Park Plaza Westminster Bridge'. It features a progress indicator with three steps: 'Service and Location', 'Overall and rating', and 'Confirmation'. The 'Overall and rating' step is currently active, showing a star rating of 5 out of 5. The dialog box also includes a text area for 'Your opinion about this hotel in general' and a 'Write a review' button.

# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## ۴- انتخاب نوع مناسب دیالوگ:

دیالوگ‌ها دو نوع اصلی دارند:

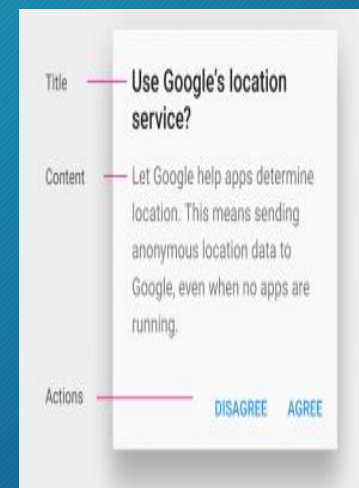
- نوع اول **دیالوگ‌های مقید** جلب توجه کننده هستند که کاربر را قبل از ادامه کار مجبور به تعامل با آنها می‌کنند. دیالوگ مقید معمولاً برای فرآیندهای مسدود کننده مورد استفاده قرار می‌گیرد که برای بستن آن نیاز به اقدام صریح **“قبول”** یا **“لغو”** می‌باشد و در صورت کلیک بر روی محیط اطراف، بسته نمی‌شود.
- نوع دوم **دیالوگ غیرمقید** است، که به کاربران این امکان را می‌دهد تا برای رد کردن آنها، در خارج از آنها کلیک کرده یا ضربه بزنند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## نکته:

- باید تنها برای دیالوگ‌های بسیار مهم (از جمله حذف حساب کاربری، موافقت با شرایط و ضوابط) از دیالوگ‌های مقید (نوع اول) استفاده کرد.
- دیالوگ‌های سیستم گوشی همراه مقید هستند و معمولاً دارای عناصر اساسی محتوا، اقدامات و عنوان هستند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

۵- انسجام بصری:

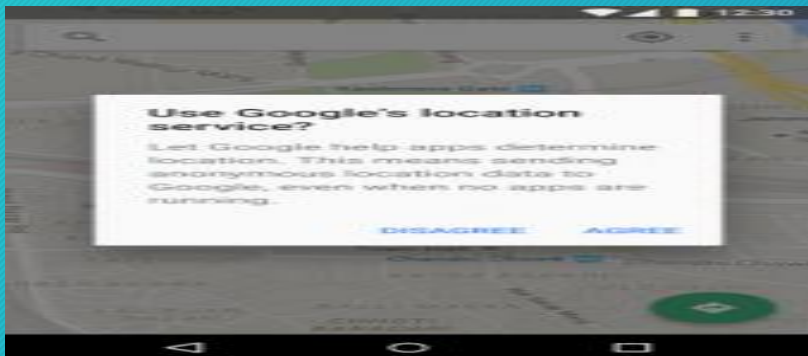
- پیش زمینه دیالوگ:

هنگام باز شدن یک دیالوگ، مهم است که صفحه پشتی کمی تیره شود. این امر دو کار را انجام می‌دهد. در مرحله اول توجه را متوجه دیالوگ کرده و دوم اینکه به کاربر نشان می‌دهد که این صفحه فعلاً فعال نیست.

نکته:

صفحه پشت دیالوگ نباید خیلی تیره شود زیرا باعث می‌شود که کاربر صفحه اصلی را به خوبی نبیند.

اگر بیش از حد روشن باشد، دیالوگ توجه کاربر را جلب نمی‌کند و ممکن است تصور کند که صفحه زمینه فعال است.





# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

- ایجاد یک گزینه واضح برای بستن دیالوگ:

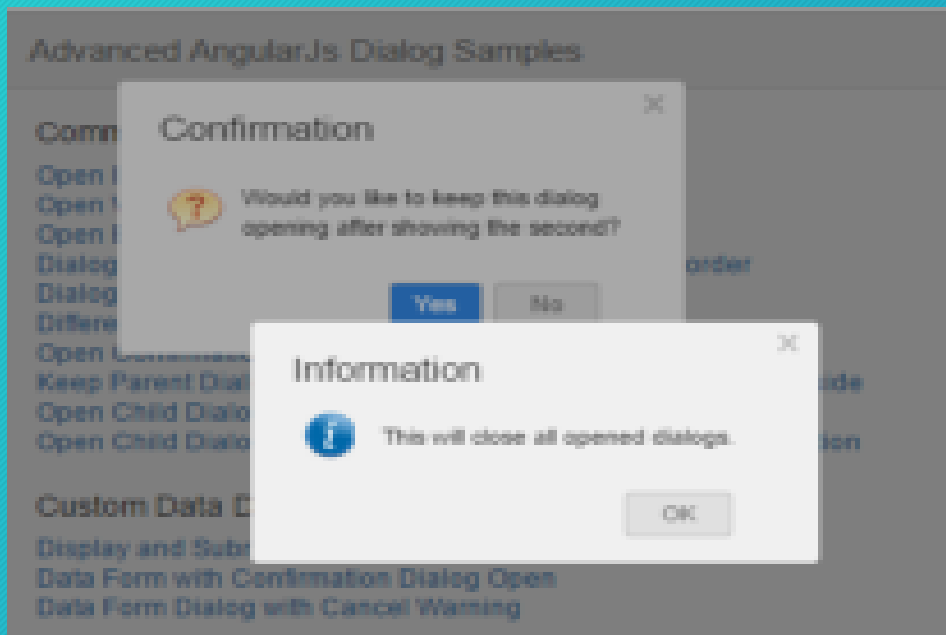
باید در دیالوگ یک گزینه واضح بستن در گوشه سمت راست بالا وجود داشته باشد. بسیاری از دیالوگ‌ها دارای دکمه “X” در گوشه پنجره خود هستند که کاربران برای خروج از آن استفاده می‌کنند. ایده خوبی است که به کاربران اجازه داده شود در صورت کلیک بر روی پس زمینه خارج از محدوده پنجره دیالوگ غیرمقید، از آن خارج شوند.



# بهترین شیوه‌های ایجاد دیالوگ‌ها:

## • پرهیز از **Launching Dialogs**:

از قرار دادن دیالوگ‌ها و مودال‌های پی در پی روی هم باید خودداری کرد، چرا که باعث افزایش عمق می‌شود و پیچیدگی بصری را افزایش می‌دهند.





جلسہ نہم:

# اصول طراحی فَلَتِ

# آنچه در این جلسه می خوانید:

- ۱- اصول طراحی فلت
- ۲- طراحی تقریباً فلت



# اصول طراحی فلت:

برای اصول طراحی فلت پنج ویژگی کاملاً مشخص وجود دارد:

- عدم وجود جلوه های اضافه
- عناصر ساده
- تمرکز بر تایپوگرافی
- تمرکز بر روی رنگ
- رویکرد مینیمالیست

# عدم وجود جلوه های اضافه:

طراحی فلت نام خود را از اشکال مورد استفاده در آن گرفته است. طراحی فلت از یک سبک متمایز و دو بعدی استفاده می کند که کاملاً مسطح است. این مفهوم فاقد هیچ گونه جزئیاتی از قبیل سایه ها، لبه های شیب دار، نقوش برجسته، گرادیان یا سایر ابزارهای ایجاد عمق، می باشد. هر عنصر یا کادری، از قاب تصاویر گرفته تا دکمه ها و ابزار نوپیش، مختصر و فاقد لبه های تزئین شده یا سایه هستند.

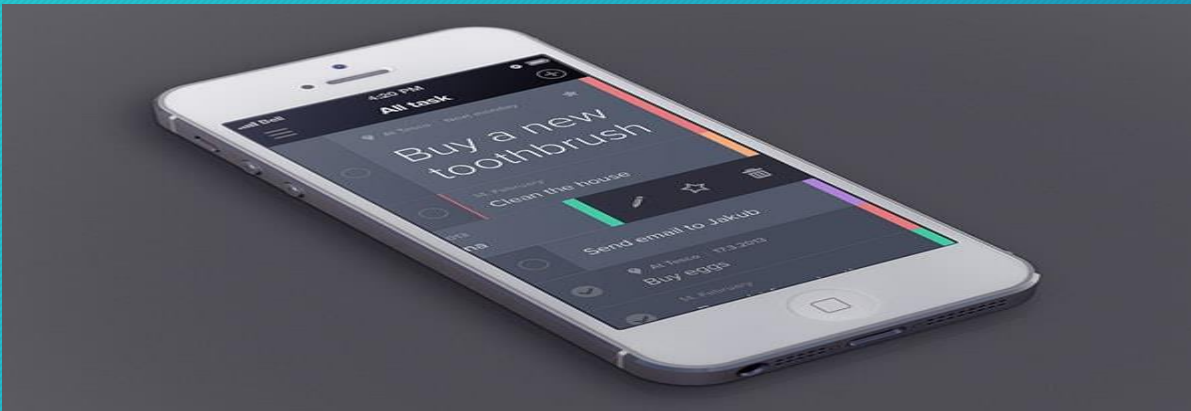
از هیچ روشی برای واقعی تر به نظر رسیدن عناصر، از جمله ترفندهای مورد استفاده در پروژه های طراحی اسکوئمورفیک به منظور ایجاد طراحی های سه بعدی، استفاده نشده است. طرح های مورد استفاده در طراحی فلت مشابه انواع مورد استفاده در سایر پروژه ها هستند، اما صفحات برای ایجاد یک تصویر پس زمینه، تصاویر پیش زمینه، دکمه ها، متن و نوپیش مجزا، یکدیگر را قطع نمی کنند.





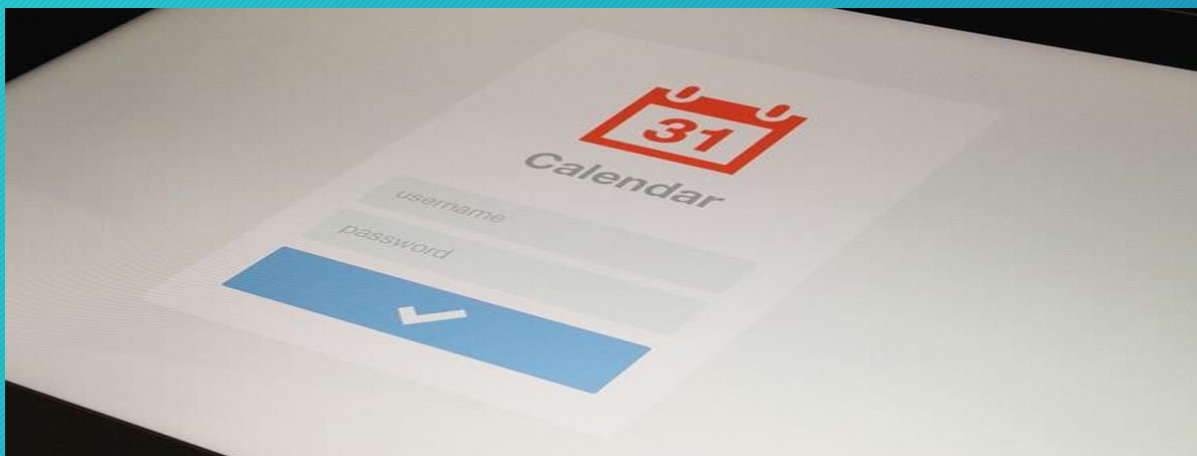
# عدم وجود جلوه های اضافه:

بنابراین چه چیزی باعث موفقیت این روش می شود؟ طراحی فلت بدون وجود تمام این موارد اضافی، ظاهر و حسی متفاوت دارد. این امر به دلیل طراحی و قرارگیری عناصر بر اساس یک سلسله مراتب دقیق و روشن است، که باعث می شود تا درک و تعامل با پروژه های موفق برای کاربران آسان شود. در حالی که وب سایت های زیادی از اصول طراحی فلت استفاده می کنند، اما احتمالاً طراحی فلت در طراحی اپلیکیشن و موبایل محبوبیت بیشتری داشته باشد. با وجود صفحات نمایش کوچک، وجود دکمه ها و گزینه های کمتر، استفاده از رابط کاربری فلت را بسیار ساده می کند.



## عناصر ساده:

طراحی فلت از بسیاری از عناصر رابط کاربری ساده مانند دکمه‌ها و آیکون‌ها استفاده می‌کند. طراحی که براساس اصول طراحی فلت طراحی می‌کنند اغلب از اشکال ساده مانند مستطیل، دایره یا مربع استفاده کرده و اجازه می‌دهند تا هر شکل به تنهایی مشخص باشد. لبه‌های اشکال ممکن است کاملاً زاویه‌دار و چهارگوش بوده و یا دارای خمیدگی باشند.





## عناصر ساده:

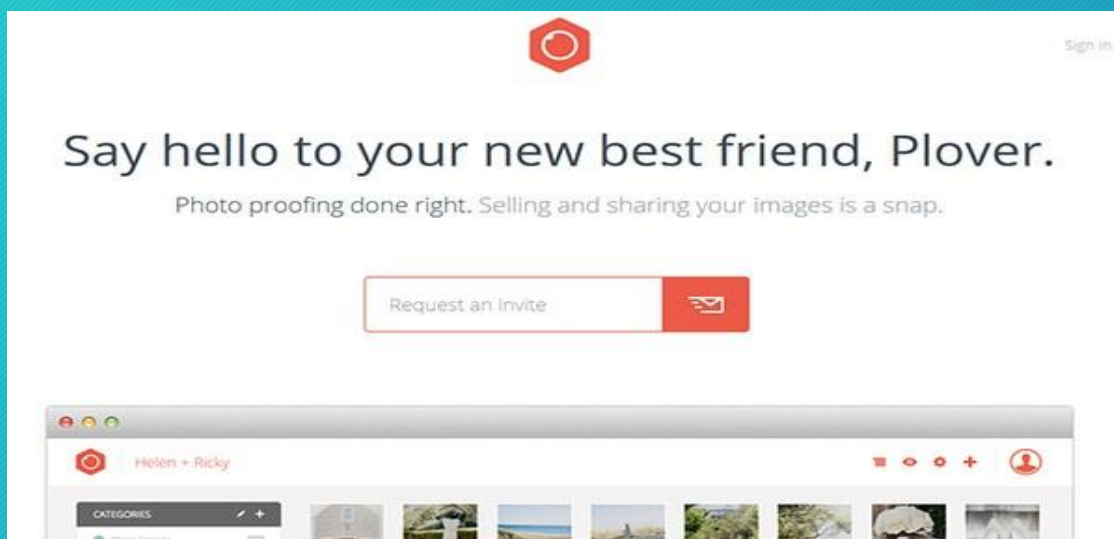
تمام عناصر رابط کاربری باید ساده بوده و به آسانی بتوان روی آن کلیک کرده یا ضربه زد. نحوه انجام تعاملات باید بدون وجود توضیحات اضافه در طراحی، کاملاً برای کاربران مشهود باشد.

علاوه بر یک طراحی ساده، برای ترغیب کاربران، در دکمه‌های قابل کلیک باید از رنگ‌های جذاب استفاده شود. اما عناصر ساده نباید با طراحی ساده اشتباه گرفته شود، مفهوم طراحی فلت نیز می‌تواند دقیقاً مانند هر نوع روش طراحی دیگری پیچیده باشد.



# تمرکز بر تایپوگرافی:

به دلیل ماهیت ساده عناصر در اصول طراحی فلت، تایپوگرافی بسیار اهمیت دارد. لحن تایپفیس باید با طرح کلی مطابقت داشته باشد؛ یک فونت بسیار زیبا ممکن است در برابر یک طراحی فوق العاده ساده عجیب به نظر برسد. همچنین، در تلاش برای ایجاد یک لحن منسجم از نظر بصری و متنی در محصول نهایی، متن باید بولد، ساده و کارآمد باشد.





# تمرکز بر تایپوگرافی:

برای تایپوگرافی اولیه در یک سایت دارای طراحی فلت و برای ایجاد تأثیر هنری، از افزودن یک فونت جدید به میزان کم می‌توان کمک گرفت، اما باید مراقب بود که در استفاده از این تایپفیس مخصوص زیاده‌روی نشود. تایپ همچنین باید نحوه استفاده از طراحی را به کاربران نشان دهد. دکمه‌ها و سایر عناصر برای افزایش سهولت در استفاده و تعامل باید برچسب‌گذاری شوند.



FLATMATE WEB & DIGITAL

[START](#) • [SDI](#) • [OM OSS](#) • [PROJEKT](#) • [JOBBA HÄR](#) • [LABORATORIET](#) • [KONTAKT](#)

# تمرکز بر روی رنگ:

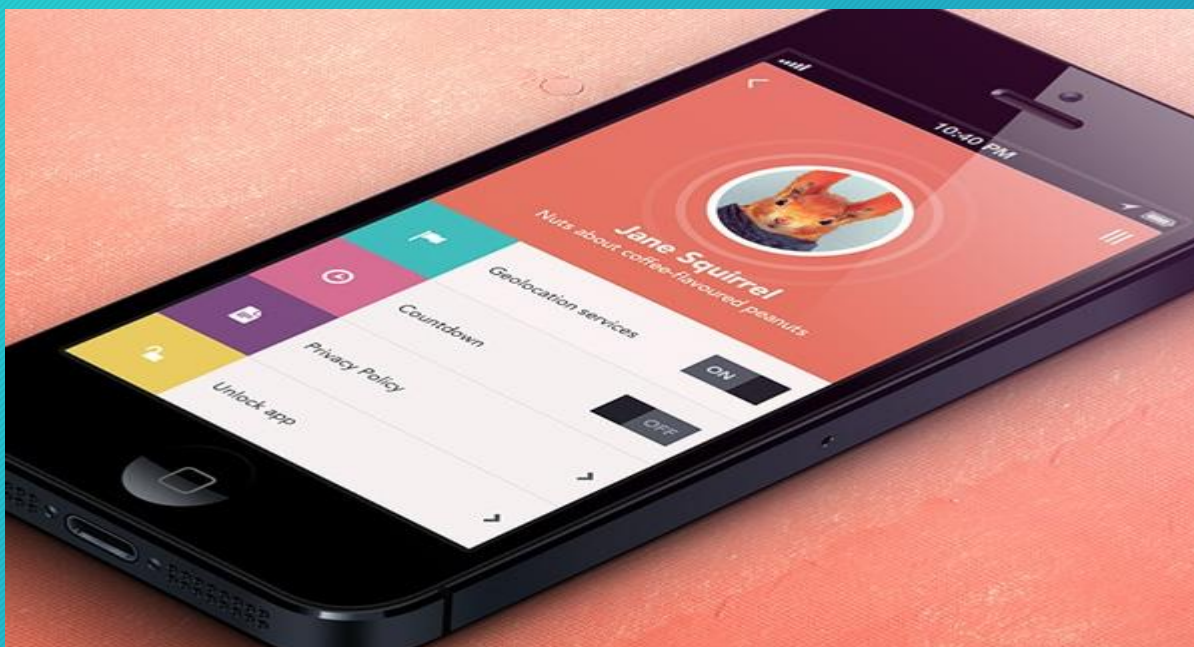
رنگ بخش عظیمی از اصول طراحی فلت است. پالت‌های رنگی طراحی فلت معمولاً نسبت به انواع مورد استفاده برای سایر سایت‌ها، روشن‌تر و پررنگ‌تر هستند. پالت‌های رنگی پروژه‌های طراحی فلت اغلب حاوی فام‌های بیشتری نیز هستند. در حالی که بیشتر پالت‌های رنگی حداکثر روی دو یا سه رنگ متمرکز هستند، ممکن است پالت‌های طراحی فلت از شش تا هشت رنگ به طور یکسان استفاده کنند.





# تمرکز بر روی رنگ:

فام‌ها بیشتر درخشان و فاقد تینت و تُن هستند. در اصول طراحی فلت استفاده از رنگهای اولیه و ثانویه در این سبک رایج است. علاوه بر این، برخی انواع خاص رنگ‌ها نیز مکرراً مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این روند تکرار استفاده از طراحی فلت، رنگ‌های رترو (retro) از جمله سرخ روشن، بنفش، سبز و آبی نیز محبوبیت ویژه‌ای دارند.



# رویکرد مینیمالیست:

ماهیت طراحی فلت ساده بوده و با رویکرد کلی طراحی مینیمالیستی به خوبی همکاری می‌کند. یکی از مواردی که در اصول طراحی فلت اهمیت دارد این است که در طراحی کلی سایت از استفاده از زرق و برق‌های زیاد خودداری شود. احتمالاً تنها استفاده از رنگ و متن ساده کافی است. اگر قصد اضافه کردن تصویری وجود دارد، عکس‌های ساده باید انتخاب شوند.





# طراحی "تقریباً" فلت:

سبکی که بیشتر طراحان نسبت به استفاده از آن توافق دارند، طراحی "تقریباً" فلت است. در اصول طراحی تقریباً Flat، از تم اصلی سبک فلت می‌توان استفاده کرد، اما برخی از جلوه‌های خاص نیز به آن اضافه می‌شود. به عنوان مثال، دکمه‌ها ممکن است دارای گرادیان جزئی یا سایه برجسته باشند. طراحان معمولاً یک جلوه را انتخاب کرده و آنرا منحصراً در پروژه تقریباً فلت خود استفاده می‌کنند.



# طراحی “تقریبا” فلت:

این سبک انعطاف پذیری بیشتری را نسبت به برخی از سخت‌گیری‌های موجود درباره عدم استفاده از هیچ‌گونه جلوه‌ای در طراحی فلت، فراهم می‌کند.

طراحان این شیوه را به دلیل اضافه شدن عمق و بافت، دوست دارند. کاربران این سبک را دوست داشته‌اند، چرا که به ایجاد تعامل مناسب کمک می‌کند. از طرف دیگر برخی طراحان به این روش علاقه‌ای ندارند، چرا که ترکیب دو سبک متفاوت بوده و فاقد تعریف دقیق یک سبک واقعی است.

