

Mastering Microsoft FrontPage 2000

FrontPage 2000

从入门到

精通

Daniel A. Tauber
〔美〕 Brenda Kienan 著
Molly E. Holzschlag

成 栋 等译
周生炳 审校

- 规划、构建、更新、维修Web站点
- 使你的Web站点达到专业水准



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

URL: <http://www.phei.com.cn>

内 容 提 要

FrontPage是Microsoft流行的Web开发工具。它的最新版FrontPage 2000在旧版FrontPage 98的基础上又增加了许多新功能,如简便的HTML编辑功能,改进的网站管理,Explorer与Editor的高度集成,以及与Office 2000的无缝连接等,使FrontPage成为使用更灵活、界面更友好、功能更强大的软件包。

本书全面介绍了如何使用FrontPage 2000创建、管理和维护Web网站,内容翔实,例证丰富,由浅入深,适合从初学者到专家的各级FrontPage用户。



Copyright©1999 SYBEX Inc., 1151 Marina Village Parkway, Alameda, CA 94501. World rights reserved. No part of this publication may be stored in a retrieval system, transmitted, or reproduced in any way, including but not limited to photocopy, photograph, magnetic or other record, without the prior agreement and written permission of the publisher.

本书英文版由美国SYBEX公司出版,SYBEX公司已将中文版独家版权授予中国电子工业出版社及北京美迪亚电子信息有限公司。未经许可,不得以任何形式和手段复制或抄袭本书内容。

图书在版编目(CIP)数据

FrontPage 2000从入门到精通/(美)陶伯(Tauber, D.A.)著;成栋等译—北京:电子工业出版社,2000.1

书名原文:Mastering: Microsoft FrontPage 2000

ISBN 7-5053-5561-9

I. F… II. ①陶… ②成… III. 计算机网络—网页—设计—应用软件, FrontPage2000 IV. TP393.4

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第73970号

书 名: FrontPage 2000从入门到精通

著 作 者: [美] Daniel A. Tauber Brenda Kienan Molly E. Holzschlag

译 者: 成栋 等

审 校: 周生炳

责任编辑: 李莹

印 刷 者: 北京天竺颖华印刷厂

装 订 者: 三河金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社 URL: <http://www.phei.com.cn>

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编: 100036

北京市海淀区翠微东里甲2号 邮编: 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 24.875 字数: 630千字

版 次: 2000年1月第1版 2000年1月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5053-5561-9
TP·2820

定 价: 41.00元

版权贸易合同登记号 图字: 01-1999-1018

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页或所附磁(光)盘有问题者,请向购买书店调换。

若书店售缺,请与本社发行部联系调换。电话: 68279077

致 谢

短时间内写一本大部头书不光是一种冒险，也是一种愉快的经历。我们感谢本书成书过程中付出心血的人们。

我们感谢Sybex出版公司的Barbara Gordon、Chris Meredith和Kristine O'Callaghan小组；感谢Amy Romanoff、Cheryl Applewood、Kim Crowder、Linda Orlando和Emily Wolman，他们一直密切关注本书的写作；感谢Catherine Morris、Kris Warrenburg和Tony Jonick，他们将手稿和屏幕快照整理成一本真正的书；感谢Jim Cooper评审技术细节；感谢Matthew Spence，他找出、归类各个术语的引用并编成索引。

仍然感谢上一版作出艰苦努力的朋友们，包括Sybex的Dan Brodnitz和Anamary Ehlen；我们尊敬的同事J. Tarin Towers和为本书撰稿的作者E. Stephen Mack，Ann Navarro，Wendy Van Wazer，Dave Kearns和LAN人员，没有他们就不会有这本书。

特别感谢我们的代理人，David Rogelberg和Sherry Rogelberg，为他们出色的代理、友善的建议、幽默感以及远见卓识。

感谢我们家人和朋友的支持和关心：Joani和Jessica Buehrle；Sharon Crawford和Charlie Russel；Cunningham一家；Rion Dugan；Femmes Who Feast（Dana Dubinsky、Janice Berman和Sofia Marchant）；Fred Frumberg；Jessica、Martin和Lori Grant；Caroline Heller；Mai Le Bazner、Katri Foster和Peter Bazner；McArdle和Undercoffer一家；Carolyn Miller；Lonnie Moseley和Cordell Sloan；Wynn Moseley及其儿子；Freeman Ng；Margaret Tauber；Ron和Frances Tauber；Judy Tauber和Lauren Yonan；Savitha Varadan以及Robert E. Williams III。

译校者序

FrontPage 2000是创建、管理和维护Web网站强有力的工具。正如本书作者指出的那样，与其前身FrontPage 98相比，FrontPage 2000将Explorer和Editor完全集成到一个界面中，因而使用更加简便；与Office 2000更加紧密地结合在一起，从而使用户效率大大提高；独立的HTML和脚本使得用户可以将现成的HTML代码段或脚本直接添加到任何FrontPage文档中，这使设计人员在使用FrontPage创建Web网站时灵活得多。这些特征既使初学者很快即可入门，又使中高级用户能够充分利用其已有工作，从而得以提高效率、增强灵活性。

《FrontPage 2000从入门到精通》全面介绍了如何使用FrontPage 2000创建、管理和维护Web网站，其文风朴实无华，例证丰富，讲解循序渐进，初学者和老练的用户都能从中各取所需。

翻译《FrontPage 2000从入门到精通》是非常愉快的经历。作者丰富的创作经验和扎实的专业基础，无不充实着我们的学识，拓展着我们的视野。在译校过程中，我们得到了许多慧、张宇、刘燕、唐玲、吕桂荣、王黛媚、王嘉昀、梁栋、李雪洵、李新卫、韩兆翔、吴海华、汤小华、马茜、刘玲、李炜等同志的协作，对他们的支持，我们深表感谢。

译校者

1999年11月

引言

FrontPage 2000不仅仅是HTML编辑工具，它为新手和专业人员提供了一个强大的界面。不管你的目标是简单地创建一个Web页面，还是规划、建设和维护一个大型网站（需要一支Web管理员队伍），FrontPage 2000都能满足你的需要，而本书则是你最大程度地发掘FrontPage 2000潜力的不可或缺的指南。

FrontPage 2000的新特征

FrontPage 2000在以下几方面对其前身FrontPage 98作出重大改进：

- Explorer和Editor完全集成到一个界面中，因而使用简便得多。
- FrontPage 2000与其Office 2000应用程序无缝地协同工作。这种综合大大提高了用户（尤其是公司）的生产率。
- 独立的HTML和脚本意味着，如果你拥有一个定制的HTML代码段或脚本，FrontPage不改动它的代码即可将它添加到任何FrontPage文档中。这使设计人员在使用FrontPage创建Web网站时更加灵活得多。

FrontPage 2000使你能够：

- 以与字处理程序相媲美的简便性创建和编辑HTML。你可以很快从编辑切换到预览页面或查看HTML源代码。
- 利用真正的拖放特征设计表格。还能迅速调整行和列的大小，使页面排版容易得多。
- 使用对话框创建灵便、信息丰富的表。当用户填写这些表时，你可以设置优先项，他们提供的数据将通过e-mail传递或保存到服务器上。
- 使用层叠式样式表为整个网站或网站一部分设置协调一致的外观。
- 使用Dynamic HTML产生文本动画和其他特殊效果。
- 使用Microsoft PhotoDraw和Microsoft Image Composer创建复杂的图形。
- 对指定的网站观察员或你的Web开发小组成员分配查看或更改网站各部分的权限。
- 自动创建导航条、战鹰按钮、访问计数器等，无需实际编程。
- 查找、修复、更新网站中过时的内容或中断的链接。你还能分配这些及其他任务给Web开发小组成员，以备他们日后完成，甚至能跟踪分配给他们的任务是否完成、何时完成、由谁完成等。

所有这些特征使得FrontPage 2000成为一个给人印象深刻的Web网站管理软件包；它可使你的工作从建立一个高效网站向维护网站扩展，而且由于FrontPage的WYSIWYG（所见即所得）界面，使你不用经历一个艰苦的学习过程。不管你的网站是大是小，不管你是HTML新手还是老将，你都将发现FrontPage正是你所需要的管理网站的应用程序。

本书适合你吗？

本书是新手和中等程度读者的极佳选择。其朴实无华的语言，丰富多样的实例和循序渐进的指导，都将带领你通向Web网站开发的任何地方。不必具有FrontPage使用经验：仅仅使用FrontPage基本工具，它的“主题”（预先集成的外观）和几个FrontPage组件，你就能创建炫目的效果。

如果你已经有了一点基础，将发现本书会帮助你建设和维护一个强大的Web网站。它提供内行的忠告，使你不至于跌跌撞撞摸索很长时间。本书还提供了设计一个成功网站、编排大部分版式、分配和管理网站的创建和维护任务以及宣传推销网站并衡量其成功程度的战略性考虑。

纵贯全书，你能看到各种Web网站地址，它们提供了书中每个题材的额外信息。我们将告诉你到什么地方去找Web友好的调色板、图像、动画、声音文件和ActiveX控件，以及发布和推广Web网站的更多建议。

本书的组织

本书组织成三部分，包含21章。第一部分，基础篇，介绍可靠的Web设计原理并领你通过FrontPage界面，为你未来的工作奠定基础。它教你用FrontPage创建基本页面、掌握文本和字体、分配和管理任务然后将它发布到Web上。

第二部分，提高篇，介绍如何将设计元素和媒体类图像、动画、图像映射图、声音、视频和音乐综合进你的网站。这部分还讲述使用FrontPage的层叠样式表将一个一致的外观应用于你的网站，并讨论如何实现有效的表以及使用帧。你还将学到特殊效果，了解也许是最重要的设计问题：并不是所有浏览器都是一样的！第16章考虑跨浏览器设计的详细情况。

第三部分，专业篇，向你展示如何将Microsoft Office结合进你的网站，如何使用FrontPage便利的组件——它使你综合各种特殊效果而无需编程，即使你对程序设计一无所知。然后，你将学习FrontPage如何管理重要的编程元素，如JavaScript、Dynamic HTML（DHTML）和数据库。最后，我们就如何维护和推广你的网站提出一些辅导。

你还能在本书后面找到五个附录。附录A指导你配置FrontPage，附录B指导你选择和安装适当的服务器软件，以便你的FrontPage安装顺利进行，附录C描述FrontPage Server Extensions，附录D解释并安装TCP/IP，附录E提供一个全面的HTML手册。

本书的约定

本书利用很多约定帮你迅速找到你需要的信息。提示、备注、警告等遍布全书，帮助你注意力集中于重要信息。

提示：这里你将找到内行的忠告和经验——这些信息帮助你更老练地使用FrontPage。

备注：这里你将找到提醒、旁白和一些应强调的东西。

警告：这里你将找到警示信息，描述使用该软件时可能遇到的麻烦。

本书使用一种简单的缩写帮助节省篇幅，这种方法是：将“在下拉菜单File中，并选择Save”表示为“选择File►Save”。

将比较长但很重要或有趣的枝节分开，安排一段加框的文本，叫做副栏。

这些叫“副栏”

在加框的文本中，你看到我列有警告信息和提示问题——它们通常能帮助你解决一些问题并告诉你该做什么。



把握时机

掌握FrontPage 2000

别把时间浪费在如何安装FrontPage 2000的方法上，因为当你不能找到提示——或者你不需要。



疑难解答

避免故障

别把你的时间浪费在故障排除上，因为你可以找到解决任何问题的方法。



在线信息

别把时间浪费在World Wide Web上的浪费时间上，所以我们将它放在这里，以便你能快速找到。哪里去找正在讨论的主题，主页的URL以不同字体出现，例如：<http://www.dream.com>

开始吧！

关于本书中有什么东西的介绍已经足够了，我们肯定你已经迫不及待要开始了。



在线信息

如果你需要帮助

访问Microsoft FrontPage Web网站，网址是：www.microsoft.com/frontpage/

第一部分 建立基本FrontPage Web

第1章 Web设计简介

我们知道你正跃跃欲试要着手使用FrontPage 2000，但在这之前，了解如何规划网站、发展其品质（视觉感观）并了解成功的网站应有哪些特点是有益的。是的，这个过程将占用你一点时间，但请听从我们的忠告——现在多花些时间将为今后的长期运行节省更多时间。

本章将介绍如何规划你的Web网站。它还将提供一些Web网站设计准则，使得你的网站引人入胜。本章还给出一些优秀（但不是不可达到）的网站设计例子。读完本章后，就可以创建自己的Web网站了。

规划网站

规划网站的重要性怎么强调也不过分。很多人不了解这一步，或对其重要性认识不足。规划一个Web网站类似于规划一个家。有些人可能匆匆忙忙投入建设，但是毫无疑问，他们会发现不得不返工重来，或者没有称手的工具或足够的材料，等等。当然，即使最细心的规划人员也会遇到需要更改或修改方案的时候。然而，适当的规划有望减少甚至消除那些不经过这个重要过程就肯定会出现的挫折。

下述基本步骤将帮助你规划自己的网站：

1. 确定目标受众。
2. 组织概念和材料。
3. 创建目录结构（也称网站映射）。
4. 描绘要创建页面的轮廓。
5. 设计和精炼网站感观。

要是这些步骤显得有点复杂的话，别担心！这些步骤值得你花些时间。以下几节介绍这些步骤的细节，帮助你领会这些概念并提供如何成功地进行规划的忠告。

第一步：确定目标受众

你的Web网站每天都会有很多人来访问。你一定希望自己的网站能够清楚地传达要发布的消息，无论是推销产品、发表研究结果、展示你的履历，还是描述在本地新闻。

任何设计计划最基本的步骤都是定义目标受众，Web发布也不例外。要决定（至少是猜

想) 谁将浏览你的Web网站。要考虑浏览者的背景和经验, 他们的兴趣、口味以及他们访问你的网站的原因。了解他们的一般年龄、他们生活的地理位置以及他们想从Web体验中得到什么也大有好处。

警告: 如果你的Web网站仅仅是为了个人表现或创造性实践, 那么你也许认为可以忽略这一步, 而按自己的品味和喜好设计网站。如果你这样做, 实际上你在把网站局限于自己, 因为你还没有确定你的网站是针对谁的。如果打算突破这种局限, 最好进行本章讨论的规划过程。

怎样设想关于你的受众的信息? 如果你在专业环境中工作, 那么它很可能是已收集起来的你的产品或服务的当前用户的信息。查一查是否进行过反映客户群体情况的人口统计研究。

如果得不到这种信息, 或者你的环境更杂乱, 那么可以利用下述清单作指导。

人口统计调查

详细描述当前和未来的受众。要包含以下信息:

- 年龄
- 性别
- 财务状况
- 教育背景
- 地理位置
- 婚姻状况

你还要了解受众的哪些方面? 他们是朋友? 亲戚? 商业伙伴或客户? 写出你的网站打算现在传达到的那些人以及你希望该网站将来传达到的那些人的情况。

仔细考虑这一步是非常重要的。没有目标受众可能使你的Web网站失去为那些人提供某种体验的机会, 而这种体验是他们确实想要或需要的。

这样考虑这个问题: 使娱乐业受众感到愉悦的那些Web网站信息可能会激怒严肃的研究人员, 妨碍专业技术人员寻找信息和解决方案。大量的图形和多媒体效果可能给公司内部网的Web应用增添一些活力, 但是在那里每个人都是通过高速局域网访问网站的, 在这种情况下漂亮的图形和活跃的媒体可能也会分散人们的注意力。

与受众能够成功沟通的关键步骤是: 首先确定他们是谁, 然后预测他们对Web网站各种要素的反映。使你的Web网站的各个方面(例如, 从组织信息的方法到字体类型和所使用的图像)都适合于目标受众。



在线信息

访问下述网站, 能够学到人口统计以及如何获得人口统计信息的知识:

- **Facts on File**——Facts on File的多数信息在实时库中。但是, 他们的Web网站有最多数你可以入门的信息: www.lib.msu.edu/facts.htm
- **人口调查信息**——如果你不在美国, 可以使用你的搜索引擎搜索人口调查信息。美国的人口调查信息可在www.census.gov上找到。
- **Internet广告资源指南**——该指南将帮助你更了解规划和受众的重要性: www.admedia.org/internet/planning.html
- **KnowX**——这个公共记录检查可能免费(至少花费很低)帮助你找到所有感兴趣的信息: www.knowx.com
- **营销工具和资源**——另一个广告指南帮助你适当地定位你的Web网站: www.marketingpower.com/sources/default.htm

本章后面，我们提供一些Web网站的特殊例子。这些网站使用各种设计和导航方法来达到他们的目的，通过在Web网站之间漫游，研究它们哪些工作得不错，哪些不能很好地工作。例如，这样做的时候就会注意到那些提供快速的技术解决方案或者简便的软件下载方法的网站并不总是应用花哨的图形；而展示由专业室内装修人员来定购的精美家具的那些网站可能确实要保证高质量的设计。

提示：如果受众想要最新的时髦玩意，那么你可能要沿着设计最新、最时髦的东西的那条路走。如果受众是低收入国家公民，他们只有低速连接和老浏览器，那你在设计时就要考虑到这一点。不管你的受众是哪一类人，都要考虑他们的浏览器的能力，并相应地设计网站。详见第16章。

第二步：建立目标，组织材料

开始设计Web网站，首先必须概念化。要深思熟虑网站的目标和任务，是发布消息、促销、教育、发表研究报告、还是娱乐？应该清楚地了解网站的目标。如果是公司网站，要确保其目标与公司的价值观和任务保持一致。很多公司以及大公司内的很多部门都有任务说明书，根据这些任务说明书来工作。可以用这些任务说明书来检查工作，甚至可以为自己的网站写一份说明书。

任务是什么？

为了给网站写说明书，需要考虑以下问题：

- 你或你的公司能够提供什么产品或服务？
- 你（或你的公司）打算达到哪三到五个目标？（网站是发布消息、娱乐、销售、促销、分销还是发表研究报告？大多数网站可能都要实现这些一般目标的某个组合。）
- 哪几个词或者简单短语就能描绘出你的形象或者网站的形象？
- 网站希望影响到哪些受众或用户？
- 网站本身如何帮助你将信息传达到受众或者完成哪些整体目标？
- 在给定的预算与适当的受众和目标下，该网站能够利用哪些内容或者技术？
- 你或你的公司怎样判别Web网站是否成功？

在这些思想指导下撰写你的任务说明书。要使之简明扼要，一段或者几句就行了。如果一条信息与另外一条信息冲突，例如，公司目标是销售Web服务器软件，但是这个网站却被看成一个充斥在线肥皂剧风格小说的娱乐网站，那么就从头再来。要永远记住是什么为你的总体目标服务。

当你继续规划网站的时候，要反复检查，确保战术适合你的战略，确保设计和内容能实现你提出的任务。规划网站并运行它的时候，组织材料是至关重要的。

组织！

现在，组织你的材料。把现有的文档和要利用的图像归拢到一起。例如，如果是个人网站，把书写的材料放在一起；如果是公司网站，就把公司信息和产品说明归拢到一起。你会发现需要创建新的内容并做大量的拷贝工作。如果是这样，现在将新想法简单地记下来，以后再形成书面材料。本阶段只进行规划。

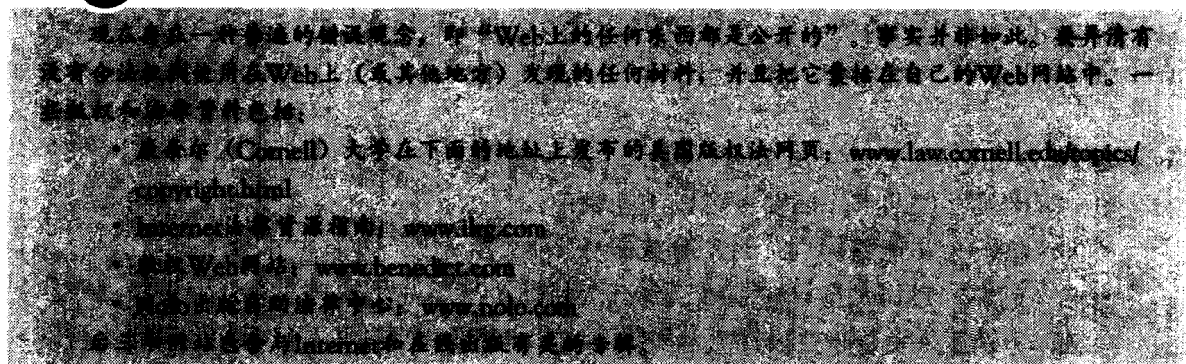
想一想完成任务要传达的消息以及哪些类型的图像或文本是适当的。如果网站的目标只是逗趣或轻松地聊天,那么非正式语言和奇形怪状的图形就能符合要求。另一方面,正式的、精确的语言和精致的图形可能更适合于严肃的公司网站。

粗加工

一旦明确了任务和战略,同时材料也已准备好,就可以把这些材料稍微做一些调整。把相似的东西放在一起,分成组,把重复的东西删掉。可能还要为自己准备一块大白板,把材料粘贴在上面,然后进一步调整和整理,将它们整个形成一个大示意图。这时,网站规划开始初露端倪,但是不要附加太多的东西。审查这个规划并且稍微做一些修改。可能要创建一些新的材料来配合已有的那些东西。移动这些材料直到它们看上去已经组织好。你可能无需进行多少组织和规划工作。网站越大,要做的事就越多。下一步,开始更正式地进行规划。



在线信息



第三步：建立目录结构

构思成熟以后,就要把内容组织成分门别类的文件系统。如果你的网站包含少量的HTML和图像文件,那么在建立Web网站时可以将所有的文件存储在一个目录中。更复杂的网站要求文件管理——即将文件组织成目录和子目录,使得识别文件和维护网站更容易一些。

为Web网站的文件建立目录结构是一份轻松愉快的工作。开发逻辑目录结构是规划Web网站的必经之路。如果还要在Web网站中添加链接和图像,那么目录结构就更为重要,因为你必须指出在Web页面中引用的每个文件的正确路径。如果后来移动文件或更改文件名,这个引用就不再起作用。

提示: FrontPage可以帮助你建立web,它们实际上是类似于目录的东西,因为它们是组织内容的手段。使用FrontPage建立网站时,可以在你的网站内创建web,或者在大型web内建立目录(顺便提一句,任何web都可能包含目录)。使用web而不是只使用目录的优点是,你可以这样建立它们,使得不同的人能够创作或更新网站的不同部分。例如,可以把Press Relations内容放在一个web中,使PR族访问这个web,但不访问其中有Tech Support内容的那些web。

在这一步,可以使用第二步中搜集的信息。把页面组织成自顶向下的目录结构,就像组织硬盘和目录卡片一样。

为了看出目录结构的模样,首先画出一个框(可以使用笔和纸,或使用绘图软件)代

表主页。在框的下面画一条水平线，然后在水平线下面画出示意框，表示主要材料组的目录。再把更小的分组放在更低级别的子目录上。



备注：在FrontPage中，这种工作大多是自动的。我们提供这些信息作为建立Web网站的一般入门知识。

建立目录时，再次考虑哪些页面可以链接，不要把同一页面的两个不同拷贝放在不同的目录中。还要注意，构成网站的每个页面和文件都要保持在一个目录中；使目录整齐有序之前，不要认为已经懂得了这个目录结构。使目录和子目录的名字简明扼要且具有说明性。例如，不要用JOBLISTINGS，只用JOBS就行了。

提示：在大型网站上，可能要为不同于HTML的其他要素创建另外一些目录，如/images的子目录。大多数Web设计者使用它来装盛网站的所有图像。特定内容也可设置子目录。

第四步：创建草图

现在画出主页和它所链接的每个页面的草图。草图中要包括你正在考虑的所有要素（文本、图像、按钮、超链接），不要害怕进行调整。顺便说一句，所作的草图不一定要有多高的艺术性——你的目标仍然是组织而不是最终设计。如果没有流畅的初始概念，那么把它砍掉，重新开始。现在发现问题比实际设计中途发现要好。



备注：有了一般的网站规划和目录结构以后，就可能注意到内容已经归入不同的类别。这样就可能在不同的页面模板中工作，因此不必用费时的页面来设计网站页面。

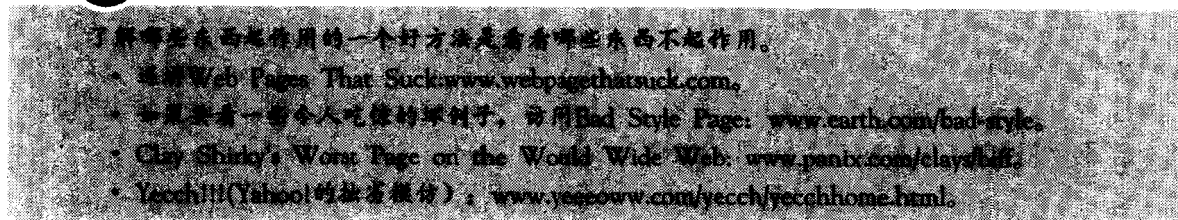
Web的链接很丰富，Web用户不可能像读小说一样，以线性方式一页一页地阅读整个Web网站。他们会迅速跳到他们感兴趣的部分，然后再移到别处。浏览者可以通过另一个网站的链接随时随地进入你的Web网站。

用户必须能够快速而简便地在Web网站中运动，以便能够毫无阻碍地找到要寻找的东西。如果Web网站难以航行，人们就会失望地离开，可能再也不会回来。要给人们提供帮助导航的手段——例如，带有简单文本链接或漂亮按钮的导航条。提供从主页或其他重要页面到Web网站关键部分的一次单击访问。有很多方法可以做到这一点，最重要的是使导航要素清晰醒目，使用简便。

记住，有趣和乏味的Web网站之间的区别与设计的复杂性和先进性关系不大，它更多地取决于网站内容的质量和展示的成功。设计Web网站的每个页面，使它具有独立性，并且是更大整体的一部分。考虑可能要用什么调色板或颜色组合、哪些字体效果更好以及下面这些东西放在什么地方：

- 导航要素（如带按钮的导航条或链接到其他页面的文本）
- 识别名称、徽标等等
- 插图和其他类型艺术品
- 所有字体的文本
- 所有权或版权声明

在线信息



第五步：设计和精炼网站感观

下一步是发展你的Web网站的感观。感观是什么意思？它是一个设计术语，指网站的总体视觉表现。本质上，它是具有一定风格和感染力的有助于传达你的意图的色彩、图形、字体和文字的综合。

你已经作好了规划，创建了具有网站要素的草图。现在，要将这些要素组合进一个复杂的（及综合的）视觉设计中。

FrontPage 2000在这方面能有所帮助，因为它提供为数众多的优秀的网站模板（见第3章）。图1.1显示一些FrontPage 2000模板。但是，人们可能希望极其灵活地控制网站，因此，能直观地看到最终产品是非常重要的。

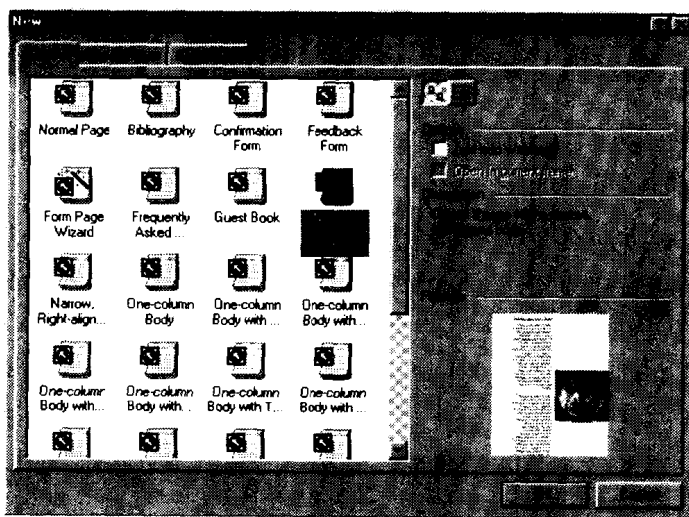


图1.1 FrontPage 2000提供大量网站模板

如果你没有设计背景，一本软件书中短短的一节不可能给你带来这方面的欠缺。但是，可以采取若干重要措施保证发展一致的感观。进一步，存在一些杰出的资源能够帮助你获得更丰富的美感（如果网站的宗旨与其设计相辅相成）。

下面列出发展网站的感观时一定要考虑的一些因素:

空间与均衡 即页面上的要素占用的空间量与空白(“白空间”)量,及它们如何均衡。一般地,设计人员希望看到足够的空白与要素。这种均衡改进可读性,并使访问者感到轻松而不零乱。

色彩 我们将在本书中贯穿始终研究Web色彩,尤其在介绍文本、字体和表格时。但在开始时,应想一想色彩是什么,如何使它们最好地为你的网站服务。如果你正在制作一个个人主页,而且你生性活泼、开朗,那么明快的暖色调也许最合适。另一方面,柔和的颜色更适合严肃的Web网站。

字体 字体与色彩一样,使你的网站富有个性和感染力。字体也必须适应网站的宗旨。就像空间一样,字体也必须平衡。换句话说,一个页面上不能有20种相互冲突的字体——它显得没有专业技能,而且混乱不堪。

形状 当你在Web上冲浪时,可能注意到有大量矩形。看看常见的广告横幅,它们都是矩形。许多页眉、按钮和其他页面要素也是如此。矩形当然不错,但因为它们太常见,应为你的网站考虑别的形状——如椭圆和三角形。形状有助于区分网站。

纹理 你将看到显示在背景图形中的纹理。想一想如何用纹理确切地表达你的观念,如果觉得这样作有意义,就把它综合进你的网站。但要小心:纹理常常与可读性矛盾。要选择这样的纹理,使它上面的文本清晰易辨。

特殊效果 你的网站想不想从特殊效果(如动画)中获益?如果你想,现在开始规划它们,但要有技巧。Web上特殊效果过分滋生,你不要加入太多花哨的东西把一个好端端的网站给毁了。

一致性 一页一页地考察你的网站,看看感觉如何。使用一种贯穿始终的单一颜色模式是实现一致性的好方法,另一种方法是在每一页上使用相同的导航手段。

差异 每一页的颜色应该完全相同吗?不!根据你的网站地图,可作出不同程度的变更,同时使网站保持一致。

发展观感是Web设计的一个主要部分。创建Web页面的许多人不一定是设计者,所以他们未必意识到上节提到的各种问题。好好研究这些问题,你将更深刻地了解如何创建视觉上有趣的Web页面。

不管你相信与否,对于如何规划网站,你已经深得其中三味。这一点也不难,不是吗?从长远观点看,你肯定能得到更好的结果,因为你下过一番功夫来探究这些概念。

下述Web设计者工具箱副栏可以帮助你独立地找到更多如何成为老练的Web页面创建者的信息。

在线信息

Web设计者工具箱

利用下述URL帮助你更好地了解如何设计网站:

- **Bulkerpool C/Net Developer** 网站有大量的资源和文章发布。它提供关于Web设计的最新信息。Web地址: www.bulkerpool.com
- **SiteBuilder Network** 这个网站是一个很大的网站,它提供很多资源,包括:教程、新闻、文章以及很多资源(如创建Web网站的乐趣)。很多材料是为设计人员准备的。

在线信息

的,尤其是那些使用FrontPage和诸如Internet Explorer浏览器的其他微软产品的设计人员。
会员免费: www.microsoft.com/sitebuilder。

- Netscape's DevEdge。学习如何利用Netscape久经考验的智慧和专业技术设计网站: developer.netscape.com。
- 对那些真正渴求Web设计和开发世界中的所有新鲜事物的人, Webreview.com是一个了不起的网站。它提供文章、社区和实况事件: www.webreview.com。
- Web设计社区: Molly's Web Answer for Everyone。这个微软网络社区专门帮助新手熟悉Web设计世界,它也为中级和高级Web设计者提供文章、聊天、事件和新闻组: communities.msn.com/webdesign。
- Web Design Group: 创建所有浏览器都可进入的网站。提供工具、文章、连接和讨论: htmlhelp.inet.tele.dk。
- Web Developer's Virtual Library是关于Web开发和设计所有方面的不断增长的资源: www.wdvl.com。

页面设计准则

要记住,设计Web网站时,你有大约两秒钟的时间来抓住读者的注意力。两秒钟!这是广告和出版业中的共识。遵守以下这些基本提示有益于设计一个引人注目的页面:

- 使标题简明扼要、引人注目、说明问题且准确无误;无论做什么都要实现承诺;如果命名页面为“美味千种”,那么它就是一个好的页面标题。
- 在页面上端提供页面所包含内容的线索;不要指望有人会往下翻。
- 如果页面长于三个显示屏,应该把它分成多个页面。
- 平衡感至关重要;不要使页面设计侧重于某一边。要使空白、大小图像、不同形状、文本块保持平衡,使页面给人一种有趣而多样化的感觉。
- 充斥着各种花哨的东西的页面不一定很酷。
- 使用与背景互相补充,而不是相冲突的文本和链接颜色。
- 确保任何像按钮一样的东西确实是按钮。
- 不要使指向两个不同地点的链接具有相同名称,也不要使两个具有不同名称的链接指向同一个地点。还有,要提供从一个链接回到原来页面的手段(如果该链接在你的网站内)。
- 要使链接具有描述性,避免一般化。Click Here!就没什么意思。
- 使用压缩图像。
- 使用缩略图作为到更大图像上的链接。
- 记住将要访问页面的那些人使用的是具有不同能力的不同浏览器。
- 使文件名简短一致。
- 告诉人们可下载文件的大小。
- 允许使用其他人创建的文本或图像。
- 创建到Web主人的e-mail地址的链接。

遵照这些提示,你就有了一个成功的开端。现在,让我们看看怎么做。

成功的页面设计一瞥

创建成功的Web页面的最好办法是研究若干实例，所以我们将观察几个精心设计的页面，指出是什么使它们看起来如此出色。我们选择的大多数页面都使用普通的基本HTML来达到极好的效果。我们也将领略使用更复杂更富挑战性效果（如表格、帧和表）的页面，向你展示有朝一日你也能达到的效果。

提示：如果你想看看Web设计者究竟作了些什么来创建特殊页面，那么启动Web浏览器，装入感兴趣的页面，从浏览器的菜单条中选择一个选项来查看页面后面的HTML代码。例如，在Navigator 4中，选择View>Page Source，在Internet Explorer中，选择View>Source。你正在观察的页面的HTML代码将出现在另一个窗口中，向你揭示秘密技术。

在线信息

探索成功的Web页面设计的一个好办法是浏览成功的网站。以下是一些网站的例子：
gmic (www.gmic.com)，Rambles (www.rambles.com)，Dumb.org (www.dumb.org)，
sign-inSite (designinSite.com) 的网站都是很好的例子。它们展示了设计人员自己的网页是他们的设计人员的杰作。

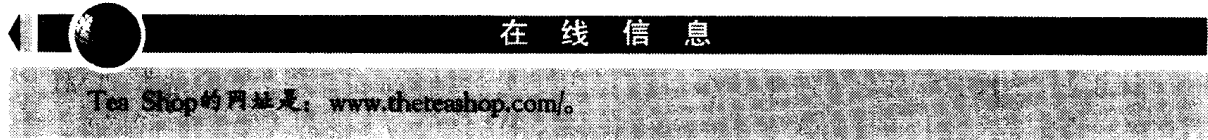
简单、友好、清晰

Tea Shop (图1.2) 是一个非常友好的网站，它使用简单HTML和从水彩画扫描而来的彩色图形，具有明确的意图、精心组织的内容和支持其网站宗旨的引人入胜的观感。访问者会很快轻松下来，仿佛置身于一家外国茶馆，呼吸着茶叶和芳草的清香。



图1.2 在Tea Shop温暖而友好的气氛中品茗

访客可能了解到世界各地茶叶的情况，包括锡兰（斯里兰卡）、日本、中国和印度。要买茶叶吗？可在网上订购。Tea Shop还提供与茶叶有关的书籍、礼品和配件。



精致的单击设计

旧金山的Exploratorium是一家绝妙的梦幻般的博物馆，它有一个杰出的Web网站，其中充满在线展品，它们看起来漂亮而且易于导航（图1.3）。Exploratorium Web网站使用在页面左边往下滚动的彩色条，右边是一个彩色区域。使用背景GIF实现该技术——这种流行技术在给页面添加色彩和感染力方面非常有效。

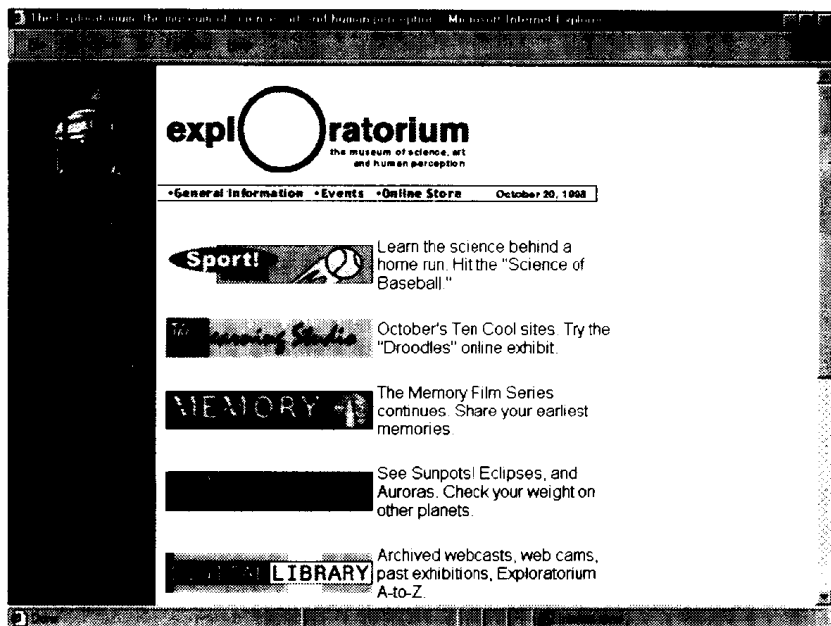


图1.3 Exploratorium的主页

图1.4所示页面选自Exploratorium网站中称为Learning Studio的部分。注意背景图像技术使用的白色带来的一种一致的感觉，网站的这一部分存在一种不同的观感。页面左边向下滚动，存在大片红色，右边是金色。按钮也非常吸引人，只要瞥一眼就能领会它的含义。

