**Курс: Разработка Web-приложений на Python,**

**с применением фреймворка Django**

**Дисциплина:** **Разработка веб-страниц на языке разметки HTML5 с использованием каскадных таблиц стилей CSS3**

**Тема занятия №4: Графика в web-дизайне. Оптимизация графики. Гиперссылки. Принципы навигации web-сайта**

**Основные принципы веб-дизайна**

Иметь привлекательный и удобный веб-сайт — это цель каждого владельца веб-сайта, а для людей, ведущих малый бизнес, внешний вид веб-сайта имеет жизненно важное значение. Здесь посетители создают свое первое впечатление — те короткие секунды, в течение которых мы принимаем или отвергаем то, что видим на наших экранах. Дизайн сайта также отвечает за удержание внимания каждого посетителя и направление его через ваш контент.

Однако дизайн — дело непростое. Для менее опытных легко увлечься и потерять внимание на том, что действительно важно — на впечатлениях посетителей от вашего сайта. Если вы поймали себя на том, что любите крутые шрифты и сногсшибательные цветовые схемы, вы можете повеселиться. Но не забудьте также сосредоточиться на удобстве использования и основной цели своего сайта. Независимо от того, насколько интересно выглядит ваш дизайн, ваш сайт должен быть простым для чтения и легким в навигации. Посетители не должны испытывать затруднений при использовании вашего веб-сайта, и использование простого дизайна может сыграть важную роль в обеспечении высокой степени удобства использования.

**Удобный макет**

Сбалансированный макет, разделяющий контент на легко потребляемые фрагменты, должен быть одной из основных целей вашего дизайна. Подобный контент сайта привлекает пользователей, и он намного интереснее, чем стена текста. Лучший способ добиться этого — представить себе невидимую сетку или набор столбцов, а затем разместить свой контент сбалансированным и визуально привлекательным образом в этой структуре.

Помните, что «сбалансированный» не обязательно означает «симметричный». Вы можете экспериментировать с асимметричными макетами, которые направляют взгляд зрителя туда, куда вы хотите.

За тем, как мы просматриваем веб-страницы, стоит интересная наука. Существуют исследования, в которых отслеживают глаза субъектов, когда они потребляют контент, и они показали, что люди сканируют по F-образной схеме.

Проще говоря, мы читаем слева направо и сверху вниз. Большой сюрприз, правда?

Что ж, если учесть, что это правило применяется независимо от содержания, вы можете увидеть, насколько важно следовать ему при разработке своего сайта.

Если есть что-то важное, на чем вы хотите, чтобы посетители в первую очередь сосредоточились, будь то текст или графика, лучше всего это разместить в верхней левой части вашей веб-страницы. Чем правее и ниже ваш контент, тем меньше внимания он получит.

**Белое пространство**

Пустое место на ваших веб-страницах открывает все, что позволяет посетителям с комфортом воспринимать контент, который вы представляете. В терминологии веб-дизайна пустое пространство называется белым пространством, и важно убедиться, что его достаточно, чтобы сделать ваш сайт удобным для пользователей.

Белое пространство улучшает понимание читателями. Это действительно о том, что находится рядом с белым пространством. Любой контент, окруженный пустым пространством, будет привлекать внимание пользователя, и контент будет легче усвоить, потому что вокруг него нет ничего, что могло бы отвлечь читателя.

Это может показаться очевидным, но мы должны отметить, что ваше белое пространство не обязательно должно быть белым — это может быть любой цвет, который вы выберете для своего фона.

**Используйте цвет, чтобы привлечь посетителей**

Цветовая схема, которую вы используете в дизайне своего веб-сайта, должна быть визуально привлекательной, но, поскольку красота в глазах смотрящего, кому она должна понравиться? На этот вопрос есть один простой ответ: ваши посетители.

Малые предприятия получают большую выгоду от сильной идентичности бренда, частью которой должно быть сочетание цветов, которые визуально напоминают людям о вашей компании. Это должны быть основные цвета, которые вы используете в своем веб-дизайне.

Если вы не определили цвета своего бренда, это отдельный проект, который должен немедленно привлечь внимание. Необходимо взвесить множество факторов, включая подробный анализ вашей целевой аудитории, психологию цвета и другие факторы.

Если у вас есть основной цвет бренда, используйте его в качестве отправной точки при определении цветовой схемы вашего сайта. Все остальные цвета следует выбирать в зависимости от того, насколько хорошо они смотрятся с этим цветом.

Освежите основы теории цвета и поэкспериментируйте с цветами, которые дополняют основной цвет вашего бренда. Выберите цвет фона, обеспечивающий большой контраст с текстом, так как это значительно улучшит его читаемость.

Когда вы определились с правильным сочетанием цветов, последовательно применяйте эту схему на своем веб-сайте. Доминирующий цвет вашего бренда может быть основным цветом вашего веб-сайта или служить акцентом, который будет привлекать внимание к важным элементам страницы.

**Разновидности гиперссылок**

**Безанкорные и анкорные.** Первый вариант гиперссылки оформлен в виде обычного URL-адреса. Анкорные ссылки относятся к части текстового контента на странице и имеют графическое оформление в виде гиперссылки.

**Внутренние и внешние.** Внутренние ссылки используются для перелинковки на сайте и позволяют перемещаться по его страницам. Внешние создаются для перенаправления пользователя на сторонние сайты или какие-либо документы, файлы, расположенные в сети.

**Якорные ссылки.** Создаются для того, чтобы пользователь мог максимально удобно перемещаться в рамках одного документа на странице. Например, к якорным ссылкам относятся оглавления, где каждый пункт и будет якорной гиперссылкой, открывающей определенный раздел статьи.

В HTML-документе гиперссылка будет иметь следующий вид:

<a href=‘ссылка‘> текст ссылки</a>.

Гиперссылка может иметь дополнительные возможности, которые можно изменить при помощи атрибута target:

<a target=’зарезервированное имя’ href=‘ссылка‘> текст ссылки</a>.

В качестве зарезервированных имен могут использоваться следующие:

\_blank — открывает страницу в новом окне браузера;

\_self — открывает страницу в этом же окне (значение по умолчанию);

\_parent — загружает окно в фрейм (если фрейма нет, значение будет работать так же, как и \_self);

\_top — открывает страницу в полноэкранном режиме, отменяя все фреймы (если фреймы отсутствуют, значение будет работать как \_self).

**Link (не посещённая):** Состояние по умолчанию, в котором находится ссылка, когда она не находится в каком-либо другом состоянии. Она может быть специфически стилизована используя псевдокласс :link.

**Visited:** Ссылка, когда она уже была посещена (существует в истории браузера), стилизуется используя псевдокласс :visited.

**Hover:** Ссылка, когда на неё наведён курсор мыши, стилизуется используя псевдокласс :hover

**Focus:** Ссылка, когда она была сфокусирована (например когда пользователь переместился на неё используя клавишу Tab или наподобие или программно сфокусирована используя HTMLElement.focus() (en-US)) — стилизуется используя псевдокласс :focus.

**Active:** Ссылка, когда она активируется (например при клике по ней), стилизуется используя псевдокласс :active

Для того, чтобы задать фоновое изображение нужно использовать свойство background для того элемента, которому нужно задать фон картинкой. Фон можно сделать повторяющимся, либо нет.

Сайт для большей информации <https://stylecss.ru/kartinki-css-html/>