**САЙТ И ЦВЕТ**

 Когда *макет* *Web*-сайта готовится для клиента, я обычно стараюсь придерживаться насколько возможно начального каркаса, который был разработан ранее, прежде чем снова показывать образцы клиенту. Когда возможно, я предпочитаю использовать для каркаса код, а не изображение. В этом случае можно добавить такие элементы как *логотип*, основной текст, и даже макетную рекламу, чтобы показать клиенту, как все будет выглядеть на окончательной странице. При такой законченной компоновке клиент не имеет иллюзий о том, как будет выглядеть страница со всеми предполагаемыми элементами. Затем клиент может принять решения о том, что можно добавить или удалить. Кроме того, когда я смогу показать клиенту *Web*-страницу на компьютере так, как она будет выглядеть в *Web*, клиент сможет наглядно представить, как страница будет выглядеть, если он посетит ее в реальном времени.

*Цвет* является частью и объединяющим элементом этой установки "все на своем месте". Причина этого в том, что различные цветовые *схемы*могут полностью изменять настроение сайта, даже со всеми элементами находящимися на своем месте. Более того, я предпочитаю иметь минимальное количество цветовых образцов, так как слишком большое количество образцов может внести путаницу. В данном случае клиент имеет ограниченный бюджет, поэтому я предложила им ограничиться только одной цветовой *схемой* в качестве образца для работы.

Когда в ["Теория цвета"](http://www.intuit.ru/studies/educational_groups/623/courses/287/lecture/23033)был представлен инструмент *Color Scheme* *Generator* II, я не упомянула, что в этом инструменте можно ввести шестнадцатеричное *значение* *цвета*, чтобы сгенерировать цветовую *схему* из конкретного *цвета*. Прямо под цветовым кругом имеется *ссылка*"*Enter* *RGB*" ("Введите *RGB*"). В нашем случае золотой *цвет* логотипа является самым сильным *цветом*, поэтому я ввела шестнадцатеричное *значение* ( #eab304 ), чтобы посмотреть, что получится с таким выбором. Полученная монохроматическая *схема* была несколько монотонной, но контрастная цветовая *схема* была многообещающей. Эта *схема* содержит сине-фиолетовый *цвет*, с которым можно было бы поработать, так как тень позади логотипа также оттеняется синим *цветом*,



**Рис. 1**Контрастная цветовая схема на основе значения #eab304

Используя показанные здесь *цвета*, я решила использовать основной золотой *цвет* логотипа в качестве фона для верхних средств навигации. Я использовала темно-синий *цвет* (почти сине-фиолетовый) #2b0da4 для ссылок (которые будут также подчеркнуты), и я использовала более светлый оттенок этого же синего *цвета* для фона рекламы. Можно видеть, как цветовые добавки изменяют внешний вид компоновки на рисунке 1



**Рис. 2.**Компоновка с контрастными цветами

На изображении выше можно видеть, что *цвета* будут для сайта слишком темными и "тяжелыми". Поэтому я уменьшила плотность в навигационной панели до 75%, и плотность *цвета* в области рекламы до 20%.

### Заключение

Хотя *цвет* и *компоновка* остаются наиболее привлекательными для дизайнера, также должны быть рассмотрены другие элементы дизайна. Оформление текста, изображения, и возможность учесть потребности клиента по включению рекламы и некоторой монетизации, играют определенную роль в дизайне *Web*-сайта. Требования, предъявляемые к дизайнеру действовать в соответствии c желаниями клиента, удовлетворять потребностям читателей, которые требуют доступности и удобных для использования сайтов, и создавать при этом отличный *дизайн*, могут показаться иногда чрезмерными.

Еще более разочаровывающим является отсутствие совместимости между различными браузерами. Хотя за последнее десятилетие было сделано некоторое продвижение в направлении совместимости, необходимо понимать, что завершенный *дизайн* может казаться живущим своей собственной жизнью в некоторых браузерах. Кроме того, необходимо понимать, что пользователи могут изменять *Web*-*сайт*, нажимая на кнопки в некоторых браузерах. Изображения могут исключаться, *цвет* фона и текста изменяться, и все, создаваемое с помощью JavaScript, может игнорироваться.

С другой стороны продвижение в направлении более совместимой рабочей среды и удивительная новая эра функциональности *Web* 2.0 может оказаться сегодня интересной задачей для *Web*-дизайнеров. И подумайте только — прошло менее тридцати лет с тех пор как на розничном рынке был продан первый домашний *компьютер*. Подумайте о том, что может принести следующее десятилетие дизайнеру, который хочет оставаться на уровне всех происходящих изменений!