**ლექცია № 3**. **HTML, XHTML - დოკუმენტის სტრუქტურა;**

**- ტეგები და მათი ატრიბუტები;**

**- HTML დოკუმენტის შექმნა, შენახვა და გახსნა;**

**- ფერები.**

**HTML - Hyper Text Markup Language** - ჰიპერტექსტების მარკირების ენა. Web-ბრაუზერები მას ტექსტის, სურათებისა და სხვა მასალის სა­შუალებით, Web-გვერდების ვიზუალური სახის ინტერპრეტაციისა და შექმნისთვის იყენებენ. **XHTML** – **Extensible** **Hyper Text Markup Language -** ჰიპერტექსტების მარკირების გამაფართოებელი ენა, HTML ენის მემკვიდრეა.

HTML ფაილი, ტეგების სახით, წარმოდგენილი ტექსტური ინფორ­მაციაა. HTML ფაილს html ან htm გაფართოება აქვს. ამ ფაილის შექ­მნა მარტივი ტექსტური რედაქტორებით არის შესაძლებელი. უკვე და­მუშავებული და ჩამოყალიბებული HTML ფაილის ნახვა ნებისმიერი Web ბრაუზერითაა შესაძლებელი, როგორიცაა: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Apple Safari, Google Chrome და Opera, თუმცა, არსე­ბობს შემთხვევები, როდესაც ზოგიერთი ფაილი ბრაუზერის რომელი­მე კონკრეტულ ვერსიას მოითხოვს.

HTML დოკუმენტის ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტია **<html>**. ის

იწყებს HTML დოკუმენტს, ხოლო **</html>** წარმოადგენს HTML დო­კუმენ­ტის უკანასკნელ სტრიქონს. ასეთი ტიპის ჩანაწერებს,

რომლებიც იწყება ნიშნით „**<**” და მთავრდება „**>**” - ნიშნით, HTML

ტეგები ეწოდებათ.

ტეგები **<html>** და **</html>** აღნიშნავენ, რომ მათ შორის მდებარე სტრიქონები ერთიან HTML დოკუმენტს წარმოადგენს.

ამ ტეგების გარეშე ბრაუზერს ან სხვა მსგავს პროგრამას არ შეუძლია დოკუმენტის ფორმატის იდენტიფიცირება და მისი სწორად ინტერპრე­ტირება. უმეტეს შემთხვევაში ტეგები წყვილ-წყვილებია - პირველს უწოდებენ **გამხსნელ** ტეგს, მეორეს **დამხურავს**. დამხურავი ტეგი იმით განსხვავდება გამხსნელი ტეგისაგან, რომ პირველივე კუთხური ფრჩხილის შემდეგ განთავსებულია და დახრილი ხაზი ”**/**” - სლეში. ტეგების წყვილს და მათ შორის მოთავსებულ ინფორმაციას **ელემენტი** ეწოდება, ზოგჯერ მას კონტეინერსაც უწოდებენ.

**<head> …</head>** ტეგი დოკუმენტის სათაურის დასაწყისსა და დასასრულზე მიუთითებს.

ყველაფერი, რაც მოთავსებულიa **<title>** და **</title>**-ს შორის, დოკუმენ­ტის სახელწოდებაა, რომელიც ბრაუზერის ფანჯრის სათაურის ზოლში ჩნდება.

**<body>… </body>** მიუთითებს html დოკუმენტის ტანის (ძირითადი ნაწილის) დასაწყისსა და დასასრულზე. ამ ტეგში იწერება ყველაფერი ის, რის განთავსებასაც Web-გვერდზე ვაპირებთ (ტექსტი, სურათები, ცხრილები და ა.შ).

<! - - ერთსტრიქონიანი კომენტარი - - >

<! მრავალსტრიქონიანი კომენტარი> . კომენტარები ბრაუზერის მიერ ეკრანზე არ აისახება.

როგორრც ავღნიშნეთ <ტეგი></ტეგი> - მსგავსი კონსტრუქციის ტეგებს ჰქვიათ ტეგი-კონტეინერები ან ელემენტები. ისინი შეიძლება სხვა ტეგებსა და ტექსტს შეიცავდნენ. ზოგიერთი ტეგი, მაგალითად, ტეგი **<BR>**  არ მოითხოვს დახურვის ტეგს. ტეგების გახსნისა და დახურვის მიმდევრობა შემდეგნაირად გამოიყურება:

<ტეგი1> <ტეგი2> <ტეგი3>. . . </ტეგი3> </ტეგი2> </ტეგი1>.

სხვა მიმდევრობით ტეგების განლაგებამ შეიძლება შეცდომა

მოგცეთ. ელემენტი, რომელიც შეიცავს სხვა ელემენტს ეწოდება ***მშობლიური***, ამ უკანასკნელის მიმართ, ხოლო მშობლიურში მოთავსებულ ელემენტს ეწოდება პირდაპირი ***მემკვიდრე***.

ზემოთ მოყვანილ მაგალითში ყვითლად აღნიშნული თეგები, მშობლი­ურია მწვარე და ფირუზის ფერი ტეგებისათვის. მწვანე ტეგები არის ყვითელის პირდაპირი მემკვიდრე, ისევე როგორც ფირუზის ფერი, მწვანის მიმართ. ფირუზისფერს ტეგს შეიძლება ვუწოდოთ ყვითელი ტეგების შვილიშვილი.

ტეგები შეგიძლიათ დაწეროთ როგორც დიდი, ასევე პატარა

ასოებით, ბრაუზერისთვის ამას მნიშვნელობა არა აქვს.

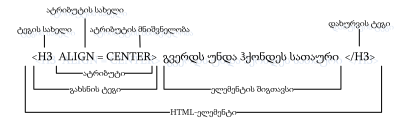
თითოეულ ტეგს შეიძლება ჰქონდეს ატრიბუტები. ყველა

ატრიბუტის ჩამოთვლის შემდეგ გახსნილი კუთხური ფრჩხილი

უნდა დაიხუროს. გახსნის ტეგის შემდეგ ტეგის შიგთავსი იწერება.

HTML-დოკუმენტის კოდი საბოლოო, ან დახურვის ტეგით

მთავრდება. დახურვის ტეგი დახრილი ხაზით (/) იწყება.



HTML-ელემენტის სტრუქტურა

ატრიბუტები \_ დამატებითი მმართველი სიტყვებია, რომელიც ტეგისაგან და ერთმანეთისაგან ინტერვალითაა დაშორიშორებული. შეიძლება ითქვას, რომ ატრიბუტები \_ ტეგის თვისებების სახელებია, რომლებსაც გარკვეული მნიშვნელობის მიღება შეუძლია. ატრიბუტები მხოლოდ გახსნის ტეგებს აქვთ, ხოლო დახურვის ტეგებს არ აქვთ. ატრიბუტები ბრაუზერის მიერ ტეგების ინტერპრეტაციაზე მოქმედებს.

ზოგიერთ ატრიბუტს კონკრეტული მნიშვნელობა აქვს, რომელიც ტოლობის ნიშნის შემდეგ უნდა მიეთითოს. ადრე

ატრიბუტის მნიშვნელობა ბრჭყალებში უნდა ჩაგვესვა, მაგრამ

ახლა, უმეტეს შემთხვევაში, ეს ბრჭყალები შეიძლება გამოიტოვოს,

რაც შედეგზე არ იმოქმედებს.

<Body> ტეგის ატრიბუტები

<BODY> ტეგი ყველა იმ ინფორმაციას შეიცავს,

რომლისგანაც არსებული დოკუმენტი რეალურად შედგება.

<BODY> საწყის ტეგს შეიძლება რამდენიმე ატრიბუტი ჰქონდეს,

მაგალითად:

<body bgcolor="#ffffff ” leftmargin=0 topmargin=4 marginwidth=0

marginheight=4 link=”#000099” vlink=”#000099” alink=”#cc0000”>

. BACKGROUND ატრიბუტი გრაფიკულ გამოსახულებას

განსაზღვრავს, რომელიც დოკუმენტის ფონსმოზაიკის მსგავსად

შეავსებს. გამოსახულებიანი ფაილი GIF ან JPEG ფორმატით უნდა

იყოს შენახული. მაგალითი:

<body background=”(url)(გზა) ფაილის სახელი”>

გამოსახულებიანი ფაილი იგივე საქაღალდეში უნდა იყოს

ჩაწერილი, რომელშიც დოკუმენტია, მაშინ URL-მისამართისა და

გზის მითითება არ დაგვჭირდება.

. BGCOLOR ატრიბუტი დოკუმენტში ფონის ფერს, ფერის

ინტენსივობის მოდელის RGB (Red, Green, Blue \_ წითელი, მწვანე,

ლურჯი) თექვსმეტობითი მნიშვნელობით, ან ხაზოვანი 10

ლიტერალით ანუ შესაბამისი ფერის სახელით განსაზღვრავს,

მაგალითად:

<body bgcolor=”#ff0000”>

<body bgcolor=”red”>

. TEXT ატრიბუტი გამოყენებული ტექსტის ფერს

განსაზღვრავს, რომელიც ჰიპერბმული არ არის. ჩუმათობის

პრინციპით, ეს ტექსტი შავია. მაგალითი:

<body text=”ფერი”>

. LINK ატრიბუტი ჰიპერბმულის ფერს განსაზღვრავს,

ჩუმათობის პრინციპით, უმეტეს ბრაუზერებში, ის მუქი ლურჯი

ფერისაა. მაგალითი:

<body link=”ფერი”>

 ALINK ატრიბუტი აქტიური ჰიპერბმულის ფერს

განსაზღვრავს, რომელიც მასზე მაუსის დაწკაპუნების მომენტში

იცვლება. სასურველია, იგი ფონის ფერისაგან (LINK ატრიბუტითაა

მოცემული) განსხვავდებოდეს. მაგალითი:

<body alink=”ფერი”>

 VLINK ატრიბუტი უკვე ნანახი ჰიპერბმულის ფერს

განსაზღვრავს. სასურველია, იგი ფონის ფერისა (LINK

ატრიბუტითაა მოცემული) და აქტიური ჰიპერბმულის ფერისაგან

(ALINK ატრიბუტითაა მოცემული) განსხვავდებოდეს. მაგალითი:

<body vlink=”ფერი”>

 BGPROPERTIES ატრიბუტი ფონური გამოსახულების

თვისებებს განსაზღვრავს. ამჟამად, ბრაუზერები მის მხოლოდ

ერთადერთ fixed მნიშვნელობას უჭერს მხარს:

<body bgproperties=fixed>

 TOPMARGIN ატრიბუტი გვერდის ზედა მინდვრის

საზღვარს განსაზღვრავს პიქსელებში. მაგალითი:

<body topmargin=რიცხვი>

 BOTTOMMARGIN ატრიბუტი გვერდის ქვედა მინდვრის

საზღვარს განსაზღვრავს პიქსელებში. მაგალითი: <body bottommargin=რიცხვი>

 LEFTMARGIN ატრიბუტი გვერდის მარცხენა მინდვრის

საზღვარს განსაზღვრავს პიქსელებში. მაგალითი:

<body leftmargin=რიცხვი>

 RIGHTMARGIN ატრიბუტი გვერდის მარჯვენა

მინდვრის საზღვარს განსაზღვრავს პიქსელებში. მაგალითი:

<body rightmargin=რიცხვი>

HTML დოკუმენტის შენახვა და გახსნა

უპირველეს ყოვლისა, თქვენი მომავალი Web -

გვერდისათვის ცალკე საქაღალდე შექმენით. შემდეგ გახსენით

Notepad (Start  Programs  Accessories  Notepad) და აკრიფეთ

მასში ტექსტი:

მაგალითი:

<html>

<head><title>My first page</title></head>

<body>

Hello!

</body>

</html>

შეინახეთ ფაილი შემდეგნაირად:

• File  Save as;

• შემდეგ შეიტანეთ დოკუმენტის სახელი. მაგალითად,

index.html ( არ აკრიფოთ მხოლოდ index; აუცილებლად მიუთითეთ

გაფართოება html) . გახსენით ბრაუზერი, მაგალითად Internet

Explorer და დაათვალიერეთ თქვენს მიერ შექმნილი დოკუმენტი.

File  Open  Browse  index.html

ჩვენ მიერ შექმნილი მარტივი Web-გვერდი ასე

გამოიყურება:

მარტივი Web-გვერდი

ქვემოთ მოცემულია მარტივი Web- გვერდის შექმნის

მაგალითები:

პროგრამა 1-ის შესაბამის ფანჯარაში მოცემულია Web-

გვერდი, რომლის ზედა, მარცხენა, მარჯვენა და ქვედა საზღვრები

არ არის მითითებული და უდრის 0. ჩვენ ვხედავთ, ტექსტი,

როგორ არის მიკრული მის გვერდებზე, ზედა და ქვედა მინდვრები

არ შეინიშნება. მარჯვენა კიდეზე ტექსტი მხოლოდ იმის გამო არ

არის მიკრული, რომ ყოველი სტრიქონის შემდეგ ახალ სტრიქონზე

გადასვლის ტეგია (ტეგი <BR>) მითითებული.

**პროგრამა** 1. Web-გვერდის შექმნის მაგალითი, რომლის-

თვისაც მინდვრის ზომები მითითებული არ არის:

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> ჩემი პირველი პროგრამა</TITLE>

</HEAD>

<BODY BGCOLOR=FFFF05 TOPMARGIN=0 BOTTOMMARGIN=0

LEFTMARGIN=0 RIGHTMARGIN=0>

<H2> ფერები</H2>

ყველა ფერს საკუთარი კოდი გააჩნია და ამით, კონკრეტულ შეგრძნებებთან ასოცირდება.

**წითელი** ვნებასა და ინტუიციას აღვიძებს. ეს ფერი აძლიერებს და აჩქარებს გულისცემას. არის აგრესიული, ენერგიული, პროვოკაციული, იპყრობს ყურადღებას.

**იასამნისფერი** მისტიურ ფერად მიიჩნევა. მისი სიმდიდრე გამოხატავს ელეგანტურობასა და არისტოკრატულობას. არის არისტოკრატული, იდუმალი, ნოსტალიგური და სულიერი.

ყველაზე ხშირად ბრენდები **ცისფერს** ირჩევენ. ადამიანებისთვის მარტივი აღსაქმელია, ასოცირდება ცასთან და ოკეანესთან. აღიქმება როგორც სანდო, საიმედო, უსაფრთხო, გონივრული , პასუხისმგებლობის მქონე.

**მწვანე** სიმშვიდის, სისუფთავისა და ჯანმრთელობის სინონიმია. თუმცა, აქაცაა სხვაობა. მუქი მწვანე მოზღვავებასთან ასოცირდება, ღია კი სიშვიდესთან. ამ ფერის კოდია : სიმდიდრე, ჯანმრთელობა , პრესტიჟულობა და სიმშვიდე.

რამდენადაც **ყვითელი** ფერი ასოცირდება მზესთან, უკავშირდება იმედსა და ოპტიმიზს. ყვითელი ახდენს კრეატივისა და ენერგიის სტმულირებას . მისი კაშკაში განსაკუთრებულად ხელსაყრელია მომხარებლის თვალის მოსაჭრელად. ფერის კოდი : პოზიტიურობა, სიმსუბუქე, სითბო, მოტივაცია და კრეატიულობა.

**სტაფილოსფერი** არის სიცოცხლითსავსე და აღვიძებს სხავდასხვა შეგრძნებებს. ასოცირდება სიცოცხლისუნარიანობასთან , სითამამესთან , ენერგიულობასა და მხიარულებასთან.

**ყავისფერი** ასოცირდება სიძლიერეს და სიმტკიცესთან. თუმცა, მისი გამოყენებისას სიფრთხიელა საჭირო, რადგან ადამინების უმეტესობისთვის ჭუჭყსა და ნაგავთან სოცირდება.

**შავს** იყენებენ კომპანიები, რომლებსაც სურთ ხაზი გაუსკვან კლასიკურობას. ეს ფერი განსაკუთრებით ძვირი პროდუქციის შემთხვევაში მუშაობს. ასოცირდება პრესტიჟთან , ღირებულებასა და დროის სიმცირესთან.

თეთრი ასოცირდება სიწმინდესთან და სისუფთავესთან. ადამიანები ამ ფერს საქორწინო კაბასა და ექიმის ხალათს უკავშირებენ. ამის გამო თეთრი მომგებიანი ფერია ჯანრმთელობის დაცვისა და ბავშვებთან დაკავშირებულ ბიზნესის დროს. ასოცირდება დიდსულოვნებასა და კეთილსობილებასთან, სინაზესთან, სიწმინდესთან , სისუფთავესთან.

</BODY>

</HTML>

შემდეგ ნახატზე მოცემულია Web-გვერდი, რომლისთვისაც ყველა მინდორი 20 პიქსელის ზომის არის (პროგრამა 2). ჩვენ ვხედავთ, რომ ტექსტი ზედა, მარცხენა და მარჯვენა კიდეებიდან დაცილებულია .

**პროგრამა 2**. Web-გვერდის შექმნის მაგალითი, რომლის-

თვისაც მინდვრის ზომები მითითებულია:

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> ჩემი პირველი პროგრამა </TITLE>

</HEAD>

<BODY BGCOLOR=FFFF05 TOPMARGIN=20 BOTTOMMARGIN=20

LEFTMARGIN=20 RIGHTMARGIN=20>

<H2> ფერები</H2>

ყველა ფერს საკუთარი კოდი გააჩნია და ამით, კონკრეტულ შეგრძნებებთან ასოცირდება.

**წითელი** ვნებასა და ინტუიციას აღვიძებს. ეს ფერი აძლიერებს და აჩქარებს გულისცემას. არის აგრესიული, ენერგიული, პროვოკაციული, იპყრობს ყურადღებას.

**იასამნისფერი** მისტიურ ფერად მიიჩნევა. მისი სიმდიდრე გამოხატავს ელეგანტურობასა და არისტოკრატულობას. არის არისტოკრატული, იდუმალი, ნოსტალიგური და სულიერი.

ყველაზე ხშირად ბრენდები **ცისფერს** ირჩევენ. ადამიანებისთვის მარტივი აღსაქმელია, ასოცირდება ცასთან და ოკეანესთან. აღიქმება როგორც სანდო, საიმედო, უსაფრთხო, გონივრული , პასუხისმგებლობის მქონე.

**მწვანე** სიმშვიდის, სისუფთავისა და ჯანმრთელობის სინონიმია. თუმცა, აქაცაა სხვაობა. მუქი მწვანე მოზღვავებასთან ასოცირდება, ღია კი სიშვიდესთან. ამ ფერის კოდია : სიმდიდრე, ჯანმრთელობა , პრესტიჟულობა და სიმშვიდე.

რამდენადაც **ყვითელი** ფერი ასოცირდება მზესთან, უკავშირდება იმედსა და ოპტიმიზს. ყვითელი ახდენს კრეატივისა და ენერგიის სტმულირებას . მისი კაშკაში განსაკუთრებულად ხელსაყრელია მომხარებლის თვალის მოსაჭრელად. ფერის კოდი : პოზიტიურობა, სიმსუბუქე, სითბო, მოტივაცია და კრეატიულობა.

**სტაფილოსფერი** არის სიცოცხლითსავსე და აღვიძებს სხავდასხვა შეგრძნებებს. ასოცირდება სიცოცხლისუნარიანობასთან , სითამამესთან , ენერგიულობასა და მხიარულებასთან.

**ყავისფერი** ასოცირდება სიძლიერეს და სიმტკიცესთან. თუმცა, მისი გამოყენებისას სიფრთხიელა საჭირო, რადგან ადამინების უმეტესობისთვის ჭუჭყსა და ნაგავთან სოცირდება.

**შავს** იყენებენ კომპანიები, რომლებსაც სურთ ხაზი გაუსკვან კლასიკურობას. ეს ფერი განსაკუთრებით ძვირი პროდუქციის შემთხვევაში მუშაობს. ასოცირდება პრესტიჟთან , ღირებულებასა და დროის სიმცირესთან.

თეთრი ასოცირდება სიწმინდესთან და სისუფთავესთან. ადამიანები ამ ფერს საქორწინო კაბასა და ექიმის ხალათს უკავშირებენ. ამის გამო თეთრი მომგებიანი ფერია ჯანრმთელობის დაცვისა და ბავშვებთან დაკავშირებულ ბიზნესის დროს. ასოცირდება დიდსულოვნებასა და კეთილსობილებასთან, სინაზესთან, სიწმინდესთან , სისუფთავესთან.

</BODY>

</HTML>

</BODY>

</HTML>

Web -გვერდის სტანდარტული ფერები

Html-ში ფერები განისაზღვრება ციფრებით თექვსმეტობით

კოდში. ფერების გამა ეყრდნობა სამ ძირითად ფერს: წითელს, მწვანესა

და ლურჯს და RGB- თი აღინიშნება. ფერი შეიძლება აღიწეროს

როგორც მისი დასახელებით, ასევე მისი მნიშვნელობით RGB (Red,

Green, Black) პალიტრაში. თითოეული ფერისათვის 00-დან FF- მდე

თექვსმეტობითი მნიშვნელობა მიეთითება, რასაც ათობით სისტემაში

0-255 დიაპაზონი შეესაბამება. შემდეგ ეს მნიშვნელობები ერთ

რიცხვში ერთიანდებიან, რომელთა წინ # სიმბოლო იწერება.

მაგალითად: რიცხვი #800080 აღნიშნავს იისფერს.

ქვემოთ მოცემულია თექვსმეტი სტანდარტული ფერი,

თავისი შესაბამისი თექვსმეტობითი კოდებით:

ფერი - კოდი

შავი - Black - #000000

შინდისფერი - Maroon - #800000

მწვანე - Green - #008000

ზეთისხილისფერი - Olive - #808000

მუქი ლურჯი - Navy - #000080 16

იისფერი - Purple - #800080

ფირუზისფერი Teal - #008080

ნაცრისფერი - Gray - #808080

ვერცხლისფერი - Silver - #C0C0C0

წითელი - Red - #FF0000

მოლისფერი - Lime - #00FF00

ყვითელი - Yellow - #FFFF00

ლურჯი - Blue - #0000FF

ვარდიფერი - Fuchsia - #FF00FF

ცისფერი - Aqua - #00FFFF

თეთრი - White - #FFFFFF

<BODY> ტეგში ამ ფერების მისაცემად დამატებითი

პარამეტრების გამოყენებაა საჭირო:

<BODY BGCOLOR="#XXXXXX" TEXT="#XXXXXX" LINK="#XXXXXX">

აქ თითოეული პარამეტრი გვერდის ამა თუ იმ ელემენტის

ფერს განსაზღვრავს:

 BGCOLOR - დოკუმენტის ფონის ფერი;

 TEXT - დოკუმენტის ჩვეულებრივი ტექსტის ფერი;

 LINK - ჰიპერბმულის ფერი.

მაგალითად:

<BODY BGCOLOR="#FFFFFF" TEXT="#000000" LINK="#9690CC">

მოცემული სტრიქონი დოკუმენტის ფონის თეთრ ფერს, შავ

ტექსტსა და ვერცხლისფერ ჰიპერბმულს განსაზღვრავს.

**პროგრამა 3**.

<HTML>

<HEAD>

<TITLE>ფერადი ფონი</TITLE>

</HEAD>

<BODY BGCOLOR=123456 TEXT=FFFFFF>

გამოვიტანთ ტექსტს<br>

<BIG>ლურჯი ფონი და თეთრი ფერის ტექსტი</BIG> 17

</BODY>

</HTML>

ბრაუზერების უმეტესობა დოკუმენტში ფონური

სურათების განთავსების საშუალებას იძლევა, რომელიც მთელი

დოკუმენტის უკანა მხარეს აისახება. ზოგ მომხმარებელს Web-

გვერდზე განთავსებული ფონური გრაფიკა მოსწონს, ზოგს - არა.

მრავალ დოკუმენტში ფონის სახით გამოყენებული სურათი

საკმაოდ ეფექტურია. ფონური სურათების აღწერა <BODY> ტეგში

ხდება და შემდეგი სახით გამოიყურება:

<BODY BACKGROUND = "picture.gif">

**პროგრამა 4.**

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> გრაფიკული ფონი</TITLE>

</HEAD>

<BODY BACKGROUND = apra.jpg>

სოხუმის სანაპიროზე ნავმისადგომი კოკტეილ-ბარით ”აფრა”

</BODY>

</HTML>

ქვემოთ ნახატზე ნაჩვენებია ამ პროგრამის შედეგი:

ტეგი <font> და </font> მრავალფუნქციური ტეგია.

ტექსტის ფერის მითითება სხვაგვარადაც შეიძლება:

<body text="red">.

ეს ნიშნავს, რომ მთელი ტექსტი იქნება წითელი ფერის,

გარდა იმ ტექსტისა, რომელიც <font> , </font> ტეგებს შორისაა

მოთავსებული. შესაბამისი ფერის მიუთითებლობის შემთხვევაში

ტექსტი შავი ფერის იქნება.

**პროგრამა 5.**

HTML>

<HEAD>

<TITLE>Font Color </TITLE>

</HEAD>

<BODY bgcolor=#00CED1>

<FONT COLOR=#FF0000> Red </FONT>

<FONT COLOR=#00FF00> Green </FONT>

<FONT COLOR=#0000FF> Blue </FONT> <br>

ყველა ფერს საკუთარი კოდი გააჩნია და ამით, კონკრეტულ შეგრძნებებთან ასოცირდება.<br>

<FONT COLOR=#FF0000> **წითელი** </FONT> ვნებასა და ინტუიციას აღვიძებს. ეს ფერი აძლიერებს და აჩქარებს გულისცემას. არის აგრესიული, ენერგიული, პროვოკაციული, იპყრობს ყურადღებას.<br>

<FONT COLOR=#EE82EE>**იასამნისფერი**</FONT> მისტიურ ფერად მიიჩნევა. მისი სიმდიდრე გამოხატავს ელეგანტურობასა და არისტოკრატულობას. არის არისტოკრატული, იდუმალი, ნოსტალიგური და სულიერი.<br>

ყველაზე ხშირად ბრენდები <FONT COLOR=#0000FF> **ცისფერს** </FONT> ირჩევენ. ადამიანებისთვის მარტივი აღსაქმელია, ასოცირდება ცასთან და ოკეანესთან. აღიქმება როგორც სანდო, საიმედო, უსაფრთხო, გონივრული, პასუხისმგებლობის მქონე.<br>

<FONT COLOR=#008000 > **მწვანე** </FONT >სიმშვიდის, სისუფთავისა და ჯანმრთელობის სინონიმია. თუმცა, აქაცაა სხვაობა. მუქი მწვანე მოზღვავებასთან ასოცირდება, ღია კი სიშვიდესთან. ამ ფერის კოდია : სიმდიდრე, ჯანმრთელობა , პრესტიჟულობა და სიმშვიდე.<br>

რამდენადაც <FONT COLOR=#FFD700> **ყვითელი** </FONT>ფერი ასოცირდება მზესთან, უკავშირდება იმედსა და ოპტიმიზს. ყვითელი ახდენს კრეატივისა და ენერგიის სტმულირებას. მისი კაშკაში განსაკუთრებულად ხელსაყრელია მომხარებლის თვალის მოსაჭრელად. ფერის კოდი : პოზიტიურობა, სიმსუბუქე, სითბო, მოტივაცია და კრეატიულობა.<br>

<FONT COLOR=#FF8C00> **სტაფილოსფერი** </FONT> არის სიცოცხლით სავსე და აღვიძებს სხავდასხვა შეგრძნებებს. ასოცირდება სიცოცხლისუნარიანობასთან , სითამამესთან , ენერგიულობასა და მხიარულებასთან.<br>

<FONT COLOR=#8B4513> **ყავისფერი** </FONT>ასოცირდება სიძლიერეს და სიმტკიცესთან. თუმცა, მისი გამოყენებისას სიფრთხილეა საჭირო, რადგან ადამინების უმეტესობისთვის ჭუჭყსა და ნაგავთან ასოცირდება.<br>

**შავს** იყენებენ კომპანიები, რომლებსაც სურთ ხაზი გაუსკვან კლასიკურობას. ეს ფერი განსაკუთრებით ძვირი პროდუქციის შემთხვევაში მუშაობს. ასოცირდება პრესტიჟთან , ღირებულებასა და დროის სიმცირესთან.<br>

<FONT COLOR= #FFFFFA> თეთრი</font> ასოცირდება სიწმინდესთან და სისუფთავესთან. ადამიანები ამ ფერს საქორწინო კაბასა და ექიმის ხალათს უკავშირებენ. ამის გამო თეთრი მომგებიანი ფერია ჯანრმთელობის დაცვისა და ბავშვებთან დაკავშირებულ ბიზნესის დროს. ასოცირდება დიდსულოვნებასა და კეთილსობილებასთან, სინაზესთან, სიწმინდესთან , სისუფთავესთან.

დავალება:

1. შექმენით Web-გვერდი , სადაც მოთავსებული ტექსტის

ნებისმიერი ფრაგმენტი ( აირჩიეთ თქვენი

სურვილისამებრ ) იქნება მწვანე, დანარჩენი კი -

წითელი ;

2. Web-გვერდზე მოსათავსებელია შემდეგი ტექსტი :

საქართველოში ინტერნეტ - ტექნოლოგიებით სარგებლობა ფართო

მასშტაბით, წლების განმავლობაში, თითქმის არ აღინიშნებოდა .

ბოლო ხუთი წელი აღმავლობის წლებია , ინტერნეტ -

ტექნოლოგიებით სარგებლობის მასშტაბი აღარ ჩამორჩება

რუსეთს და უნდა ვიფიქროთ , რომ უახლოეს წლებში ევროპის

ქვეყნების დონეს მიაღწევს .

აღვნიშნავთ , რომ ინტერნეტმომხმარებლები სხვადასხვა

სახის ფართომასშტაბიან სამუშაოს ეწევიან : ყიდიან და ყიდუ-

ლობენ , ათავსებენ რეკლამებს , ეწევიან საბანკო საქმიანობას ,

ატარებენ ინტერნეტ - კონფერენციებს და ა . შ . ძალზე საინტერესო

ფაქტია , რომ 2003 წლისათვის მსოფლიოში ელექტრონული კომერციის საბაზრო მოცულობა 1,6 ტრილიონ დოლარს

შეადგენდა .

3. გვერდის ფონი იყოს ყვითელი;

4. დაარქვით სახელი და Desktop- ზე მოთავსებულ

საქაღალდეში განათავსეთ.