



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název a registrační číslo projektu:

CZ.1.07/1.5.00/34.0498 OA Přerov – Peníze středním školám

Číslo a název oblasti podpory:

1.5 – Zlepšení podmínek pro vzdělávání na středních školách

Realizace projektu:

02. 07. 2012 – 01. 07. 2014

Autor:	Ing. Vladimíra Trnčáková
Období vytváření výukového materiálu:	02. 07. 2012 - 31. 12. 2012
Ročník:	4.
Tematická oblast, předmět (klíčová slova):	Fiktivní firma
Způsob použití výukového materiálu ve výuce:	Žáci v této prezentaci získají základní informace co na web nepatří . Jeden snímek v této prezentaci je zaměřen na psychologii čtenáře. Na konci prezentace je úkol, se kterým žáci samostatně pracují.

Prezentace FIF

Co na web nepatří

Ing. Vladimíra Trnčáková

Co na web nepatří

Osnova:

1. Co na žádný web nepatří
2. Psychologie čtenáře
3. Jak píšeme na web
4. Úkol

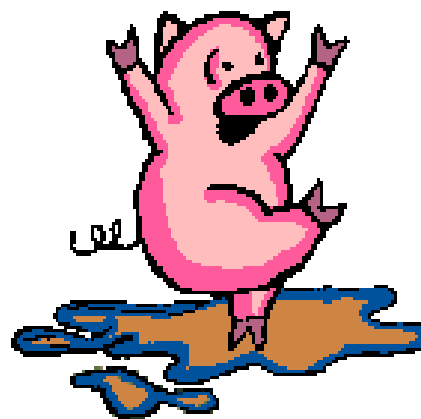
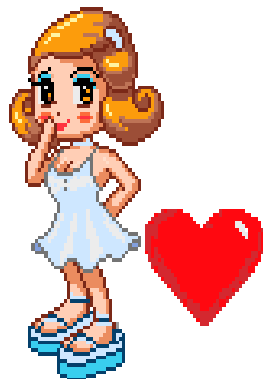
Co na žádný web nepatří

Hrající hudba — Není nic horšího, než když sedíte, v klidu prohlížíte www stránky a najednou na Vás začne „řvát“ nějaká odporná hudba.

Pokud však mermomocí chcete mít na svém webu hrající hudbu, měla by být standardně vypnutá a uživatel by si ji mohl zapnout pouze, pokud by měl zájem, a taky by měla zase jít rychle vypnout.

Co na žádný web nepatří

- Různé **animované obrázky**, **jezdící text** za kursorom myši atp. Věřte mi, opravdu to už vyšlo z módy.



Co na žádný web nepatří

- **Blikající a jezdící text** (aneb prostředek k vyvolání epileptického záchvatu).
- **Různé ikonky informující uživatele, že autor stránek splnil standardy tvorby** (tím se nechlubíme).
- **Počítadla návštěvníků.** To uživatele stránek také většinou nezajímá. Počítadlo si můžeme vést pro sebe, ale na svých stránkách ho nevystavujeme. Většinou to totiž vypadá trapně, když nám na stránky chodí 3 lidé denně.

Co na žádný web nepatří

- **Datum a čas.** To návštěvník stránek ví většinou sám. Často také narazíte na to, že by na stránkách nemělo být uváděno, kdo má zrovna svátek.
- **Různá „otravná“ vyskakující okna.**
- **Informace, že stránky jsou optimalizovány pro to a to rozlišení a ten a ten prohlížeč.** Nejen, že by tato informace na stránkách neměla být, ale takto „optimalizovaný“ web by neměl být vůbec. Autor webu by měl tvořit stránky, které se kloudně zobrazí napříč spektrem rozlišení (monitoru/ů) a prohlížečů.

Psychologie čtenáře

- **Autor webu by měl mít tyto „smutné „psychologické aspekty o čtenářích neustále na zřeteli a přizpůsobovat jim svoji práci. Čtenáři:**
 - **moc nečtou,**
 - **ignorují dlouhé texty bez nadpisů a obrázků,**
 - **pokud je stránka během několika sekund nezaujme, jdou zpět nebo zavírají prohlížeč,**
 - **vnímají stránky podobně jako billboardy kolem silnice,**
 - **nad odkazem se před kliknutím velmi zamýšlejí, zda to stojí za to.**

Jak píšeme na web

- **Na web se píše spisovně.** Myslím si, že na síť spisovná čeština patří, protože síť je médium používající text. Pro hovorovou češtinu písemná norma neexistuje. Takže zásadně doporučuji spisovnou normu.
- Editory, které umějí dělat pravopisnou kontrolu českého textu, je Front Page 2000 a 2002. Word to sice umí také, ale zároveň „zmrší“ HTML kód.

Nadpisy

- **Nadpisy stránky velmi zpřehlední.**
- Dají se používat v šesti úrovních a v HTML se deklarují pomocí tagů `<h1>` až `<h6>`. Kdo dělá nadpisy jinak, totiž pomocí normálních odstavců tak, že je zvětší, ztuční a zarovná na střed, ten se z toho za chvíli zblázní a stejně na to někdy zapomene.
- Navíc, naučíte-li se používat CSS, můžete velmi snadno nadeklarovat všechny nadpisy třeba zeleně a pak to kdykoliv snadno změnit.

Stylovat stránky, text odkazů

- Nepoužívejte přímých formátů na stránce. Raději používat externí CSS. Hlavní důvody jsou ty, že se to pak snadno mění, **mám jednotný styl na více stránkách a zdrojový kód je přehledný..**
- **Text odkazů**
- Určitě to znáte ze spousty stránek: **klikněte zde.** Nelíbí se mi to.

Text odkazů

- **Proč je špatně?** „Zde kliknout, klikněte zde“.
- Některé vyhledávače (např. Google, Jyxo) si velmi všímají textu odkazů a zaznamenávají si jej do databáze.
- **Hodně lidí si stránky tiskne. Tam je fráze "klikněte" vyloženě trapná.**
- Čtenář se podle textu odkazů orientuje v překvapivě velké míře. Občas pouze hledá jinak barevné texty a všechno ostatní přechází. Slova "zde" nebo "klikněte" mu nenapoví, takže vlastně zdržují.

Úkol:

- Dle návodu z předchozích snímků vylepšete Vámi vytvořený web z předešlé prezentace.

Použité zdroje:

- AUTOR NEUVEDEN. *Co na dobrý žádný web nepatří* [online]. [cit. 11.12.2012]. Dostupný na WWW: <http://www.pestujemeweb.cz/obsah/dalsi/co-na-stranky-nepatri.php>
- AUTOR NEUVEDEN. *Jak psát texty na Internete* [online]. [cit. 11.12.2012]. Dostupný na WWW: <http://www.jakpsatweb.cz/jak-psat.html>

Děkuji za pozornost

