

## ELEKTRONICKÉ PUBLIKOVÁNÍ A SLUŽBY KNIHOVEN V PROSTŘEDÍ WWW

*Daniela Tkačíková, Univerzitní knihovna Ostravské univerzity*

### **Mají být webové stránky knihoven prezentací nebo službou?**

To je jen jedna z mnoha otázek, které je nezbytné si položit při úvahách o tom, jak by měly vypadat webové stránky knihoven. Myslím, že většina knihovníků zvolí tu druhou možnost, ale realizace se zatím často blíží spíše variantě první. Důvodů je jistě mnoho – málo zkušeností, málo peněz, málo času, málo (dostatečně kvalifikovaných) lidí. . .

### **Co si dnes můžeme pod elektronickým publikováním na WWW představit?**

Nejrůznější aktivity a služby: obchod, finanční operace, firemní informace, zpravodajství (noviny, rozhlas, televize a další formy), nakladatelské aktivity (knihy, časopisy apod.), informace o studiu i ke studiu, výukové materiály a programy, informace z kultury (výtvarné umění, galerie, muzea, hudba, film, video aj.), profesionální informační služby a zdroje z oblasti informačního průmyslu, služby knihoven, informace o konferencích i z konferencí, referenční zdroje (slovníky, encyklopedie, mapy, meteorologické informace, jízdní řády a další užitečné informační zdroje), informace státní správy, mezinárodních i národních vládních i nevládních či profesních organizací, politických stran. A také služby a zdroje z oblastí zábavy nebo pro volný čas. Samozřejmě je to také publikační prostor pro osobní či skupinové aktivity. . .

Následující odkazy na některé služby a zdroje jsou jen skromným výběrem reprezentujícím alespoň některé z možností, které dnes Web nabízí. Pozorný čtenář si jistě všimne, že se mezi odkazy vyskytuje poměrně málo českých zdrojů. Informační zdroje a služby byly totiž vybírány nejen s cílem ukázat na konkrétních příkladech širokou škálu možností Webu, ale také s ohledem na jejich kvalitu. Nejen obsahovou, nýbrž i z hlediska designu webových stránek. České zdroje zatím bohužel vzorem hodným následování nebývají. Samozřejmě vyjdeme-li z předpokladu, že pro hodnocení zdrojů použijeme určitá, poměrně přísná, kritéria. Výjimky se jistě vyskytují a případný zájemce si český Internet snadno zmapuje sám (například prostřednictvím vyhledávacích služeb).

Ve výběru jde vesměs o informační zdroje a služby budované na vysoce profesionální úrovni. Podíváme-li se na ně z pohledu úvah o designu webových dokumentů, můžeme se pokusit vysledovat, jak si jejich tvůrci poradili se strukturou poskytovaných informací, navigačním systémem, typografickým i grafickým designem (např. s barvou, velikostí a formáty obrazových

doplňků, pozadím, velikostí a typem písma), jaké prostředky pro dosažení cíle používají, i to, jak se jejich použití liší podle typu a účelu služby. Právě na těchto profesionálně budovaných zdrojích a službách by se měl poučit i ten, kdo se chystá pustit se do vlastního publikování na Webu v podstatně kromnějších podmínkách.

Na Internetu najdeme obrovské množství firemních informací z nejrůznějších oblastí a oborů

- Audi – [http://www.audi.de/index\\_de.html](http://www.audi.de/index_de.html)
  - Coca-Cola Company – <http://www.cocacola.com/home.html>
  - IBM Corporation – <http://www.ibm.com/>
  - Texas Instruments Inc. – <http://www.ti.com/>
  - Wm. Wrigley Jr. Company – <http://www.wrigley.com/>
- ... i online obchody se zbožím nejrůznějšího druhu.

- Levensger – <http://levenger.com/>
- Razorfish – <http://www.razorfish.com/>

Ale také bankovní, finanční a další užitečné služby a informace pro obchodníky, podnikatele i běžné zákazníky...

- Bank of America – <http://www.bankamerica.com/home.html>
- Dow Jones Business Directory – <http://businessdirectory.dowjones.com/>
- Expandia Banka – <http://www.ebanka.cz/>
- First USA – <http://www.firstusa.com/>

Mezi rozšířené zdroje patří také nejrůznější formy zpravodajství (noviny, časopisy, rozhlas, televize, agenturní zpravodajství apod.)...

- BBC Online – <http://www.bbc.co.uk/home/today/>
- Česká televize – <http://www.czech-tv.cz/>
- Český rozhlas – <http://www.cro.cz/>
- ČTK – České noviny – <http://www.ceskenoviny.cz/>
- Fox.com – <http://www.foxworld.com/>
- Frankfurter Allgemeine Zeitung – <http://www.faz.de/index.html>

Velmi užitečným zdrojem kvalitních informací jsou webové stránky profesních organizací, vládních, nevládních, národních i mezinárodních organizací, společností, ústavů...

- American Institute of Physics – <http://www.aip.org/>
- United Nations – <http://www.un.org/>
- World Wildlife Fund – <http://www.wwf.org/>

Svoje místo dnes na Internetu našly také vlády, státní správa i politické strany...

- CDU Deutschlands – <http://www.cdu.de/>
- FedWorld Information Network – <http://www.fedworld.gov/>
- Labour Party – [http://www.labour.org.uk/core\\_2.html](http://www.labour.org.uk/core_2.html)

A samozřejmě mezi prvními byli také nakladatelé, knihkupci a knihovníci...

- CURL – Consortium of Univ. Research Libraries – <http://www.curl.ac.uk/>
- LibroNet – <http://www.libronet.de/>
- Macmillan – <http://www.macmillan.co.uk/>

- NCSU Libraries – <http://dewey.lib.ncsu.edu/> ... a také informační průmysl. . .
- FindLaw – <http://www.findlaw.com/>
- EnviroLink – <http://www.envirolink.org/envirohome.html>
- INIST-CNRS – <http://www.inist.fr/>
- Institute for Scientific Information – <http://www.isinet.com/>
- Reuters – <http://www.reuters.com/>

Že je Internet výhodným místem pro zpřístupňování nejrůznějších referenčních zdrojů, není nutné zvlášť zdůrazňovat. . .

- Encarta Online – <http://encarta.msn.com/encartahome.asp>
- Great Conductors Online – <http://www.greatconductors.com/>
- Travel Guides Online – <http://www.travelguides.com/index.html>
- Virtual Garden – <http://www.vg.com/>

Svoje webové stránky s obrovským bohatstvím digitálních informací nabízejí rovněž muzea, galerie, hrady, zámky. . .

- Anne Frank House – <http://www.annefrank.nl/defaulttwee.html>
- Centre Georges Pompidou – <http://www.cnac-gp.fr/>
- Chateau de Versailles – <http://www.chateauversailles.fr/>
- Museum of Modern Art, New York – <http://www.moma.org/>
- Museum of the Moving Image – <http://www.bfi.org.uk/museum/>

Pochopitelně zde najdeme i informace pro vzdělávání na všech stupních. . .

- Academic Systems Corporation – <http://www.academic.com/>
- EduCom – <http://www.educom.com/>
- Learn2.com – <http://www.learn2.com/>
- TeacherNet – <http://www.teachernet.com/>

Je to také prostředí pro zveřejňování informací o konferencích, seminářích nebo výstavách. . .

- Web Design '99 – <http://www.thunderlizard.com/tlp/webdesign.html>
- User Interface 99 – <http://www.ui99.com/>
- Web99 – <http://www.mfweb.com/>

Zkrátka nepřijdou ani sportovci a sportovní fanoušci. . .

- Federation of International Football Associations (FIFA) – <http://www.fifa.com/index.html>
- International Tennis Federation – [http://www.itftennis.com/fl\\_index.html](http://www.itftennis.com/fl_index.html)
- Manchester United Official Website – <http://www.manutd.com/>
- National Basketball Association – <http://www.nba.com/>
- National Hockey League – <http://www.nhl.com/>

A v neposlední řadě zde najdou užitečné služby a zdroje široké vrstvy uživatelů nejrůznějších věkových skupin a zájmů, jimž nabízejí kvalitní služby a informace firmy z oblasti zábavního průmyslu. . .

- a2b music – <http://www.a2bmusic.com/>
- Cookie Recipe – <http://www.cookierecipe.com/>
- Disney.com–The Web Site for Families  
– [http://disney.go.com/home/home/\\_index.htm](http://disney.go.com/home/home/_index.htm)

- Paramount Pictures – <http://www.paramount.com/>
- PlaySite – <http://www.playsite.com/index.html>
- Universal Studios – <http://www.mca.com/>
- Virgin Records – <http://www.virginrecords.com/index4.html>

Jak je vidět, Internet – a zvláště World Wide Web – se během několika málo let stal jedním ze standardních publikačních i marketingových médií. Bylo by jistě možné pokračovat ve výčtu a uvádět příklady z řady dalších oblastí, ale pusťme se raději dál.

### Co je to World Wide Web?

Jedna z internetových služeb – pro řadu lidí však spolu s elektronikou poštou synonymum Internetu. Tato služba je založena na **hypertextu**, pro přenos souborů na Internetu využívá **HyperText Transfer Protocol** (<http://www.w3.org/Protocols/>) – HTTP, pohyb v dokumentech umožňují **hypertextové odkazy** (hyperlinky). Jejich prostřednictvím je možné přejít na jinou část dokumentu nebo na jiný dokument umístěný v podstatě na libovolném místě na Internetu. Web dnes podporuje všechny typy médií i další internetové služby. Pro práci s touto službou je nezbytný **prohlížeč** (browser), případně další **pomocné aplikace, plug-ins, add-ons...** Pro uživatele Internetu jsou to dnes samozřejmé a známé věci. Stejně tak většina uživatelů ví, že pro tvorbu WWW dokumentů je používán jazyk **HyperText Markup Language** (HTML). Je to formátovací jazyk, který nebyl vytvořen s cílem stát se jazykem pro „interface design“, ale v průběhu několika let se jím de facto stal. Jazyk HTML se neustále vyvíjí, a tak pro práci s ním platí jako hlavní pravidlo nutnost sledovat jeho změny a specifikace – viz např. informace na stránkách **W3 Consortia** (<http://www.w3.org/>), **Netscape Communications Corp.** (<http://developer.netscape.com/>), Microsoftu (<http://www.microsoft.com/sitebuilder/>) nebo třeba **CNET Builder.com** (<http://builder.com/>).

### Jaké jsou hlavní možnosti a limity WWW?

World Wide Web je interaktivní, nelineární, distribuovaný, dynamický a hypermediální. Lze na něm publikovat různé typy dokumentů v různých formátech:

- text,
- grafika (obrázky, fotografie),
- animace (animované gify, Shockwave, Java, DHTML),
- 3D grafika,
- zvuk,
- film, video,
- diskusní skupiny, IRC, videokonference, telefon,
- interaktivní formuláře.

V současné době WWW umožňuje typografický i grafický design dokumentů. Grafická úprava i typografie však není plně pod kontrolou autora.

Možnosti grafického designu jsou navíc výrazně ovlivněny kvalitou a rychlostí připojení uživatelů. Tak jako se neustále mění, rozvíjí a vylepšuje jazyk HTML, mění se a vylepšují i **nástroje pro publikování na WWW** (<http://builder.cnet.com/Authoring/>).

### **Jak mohou možnosti, které nabízí WWW, využít knihovny? Jaké služby mohou poskytovat?**

Knihovny poskytují **knihovnicko-informační služby různým skupinám uživatelů**. Z toho je třeba vyjít při úvahách o tom, jak by měly (mohly?) vypadat jejich služby na WWW. Rozhodně je vždy užitečné se poučit a inspirovat i u poskytovatelů jiných typů služeb. I pro knihovnicko-informační služby na Webu lze využít různých prvků interaktivity a multimediality. Služby veřejných knihoven nejsou určeny úzké skupině uživatelů, proto je zapotřebí klást velký důraz na respektování požadavků na dostupnost (čitelnost) informací s ohledem na možná omezení uživatelů těchto služeb. Pro zajištění skutečně kvalitních služeb je tedy nutné splnit určité podmínky a předpoklady:

- finanční,
- technické,
- organizační,
- personální.

Bohužel, vše souvisí se vším. . .

### **Co je dále nezbytné vědět?**

V první řadě to, že elektronické publikování v prostředí WWW rozhodně není krátkodobou módou, ale perspektivní alternativou. Nejen v oblasti informačních služeb. Je proto nezbytné uvažovat o možnostech využití Webu v rámci služeb knihovny v dlouhodobém horizontu a počítat s neustálými změnami i s dalším rozvojem jednou započaté služby.

Znovu je nutné zdůraznit a zopakovat, že o tom, jak bude vypadat design služeb na WWW, nerozhodují technologické možnosti, nýbrž účel služby (**1**). Moderní technologie **slouží** k předání informace a k podpoře a posílení účinku textu a základního cíle, pro který je služba budována. Co je tímto základním cílem u webových stránek knihoven (obecně i u konkrétní knihovny)? Odpověď na tuto otázku si musí položit každý sám, podle svých možností i podle typu knihovny.

### **Co je základem úspěchu u publikování na WWW?**

V první řadě je nezbytné pochopit, že jde o složitý proces, který vyžaduje znalosti z řady disciplín:

- znalost problematiky, již je služba věnována (znalost knihovnických služeb a potřeb uživatelů),
- uživatelská znalost WWW (viz kvalifikovaný uživatel),
- obecné znalosti související s publikováním (editace textu, znalost jazyka

a gramatiky!, základy typografického a grafického designu, znalosti z oblasti teorie barev aj.),

- znalosti z oblasti „user interface design“,
- základní znalosti problematiky hypertextu,
- „technické znalosti“ (HTML, formáty, programování, nástroje pro publikování, údržbu a správu website).

### „User interface design“ a WWW

Mezi hlavní aktivity uživatele WWW patří kromě čtení textu, prohlížení obrázků, poslouchání zvuku, hudby, sledování animací, videa apod. především **komunikace s uživatelským rozhraním**. Jednak prostřednictvím programového vybavení (prohlížeč, operační systém počítače, pomocné aplikace), jednak prostřednictvím poskytovaných služeb (obsah, struktura, navigace aj.). Je zapotřebí si rovněž uvědomit, že website je nutné vidět v kontextu celého WWW (i dalších služeb Internetu) – nedívat se jen na vlastní webové stránky, jejich strukturu a obsah a pohyb v nich. Uživatel Internetu se totiž k dokumentu, který je jejich součástí, nemusí dostat přes vstupní stránku.

K prvkům ovlivňujícím uživatelské rozhraní patří:

- metafora (symbolická reprezentace obsahu, může být vyjádřena slovně nebo graficky – popisné prvky, ikony apod.)
- jasnost, jednoduchost a zřetelnost, jak u slovního vyjadřování, tak u grafických doplňků, hlavně u těch, jež nemají pouze estetickou, ale také informativní funkci (opět se týká především ikon),
- konzistence (opakování shodných grafických prvků, údržba barevné palety, typografie, jednotná navigace),
- orientace (názvy, záhlaví, zápatí, navigační prvky),
- navigace (struktura a organizace, navigační prvky).

### Jaké vlastnosti musí mít website?

Dostupnost, čitelnost, funkčnost, kvalitní obsah a přiměřené množství poskytovaných informací. Web se stává jedním z nejdůležitějších médií pro zpřístupňování nejrůznějších informací, musí proto umožňovat rovný přístup všem uživatelům bez ohledu na jejich omezení (technická, finanční i zdravotní). To je možné zajistit kombinací technických možností, které má dnes každý tvůrce k dispozici a díky kterým už například není nezbytné budovat také „text-only site“.

Bez ohledu na to, zda jde o technicky nebo zdravotně hendikepované uživatele, je nutné zajistit dostupnost informací textovým prohlížečem (např. **Lynx** <http://www.download.com/pc/software/0,332,0-59133-s,1000.html?st.dl.subcat38.list.tdtl>, stačí si však vyzkoušet funkčnost dokumentů/website s vypnutou funkcí automatického zobrazování obrázků prohlížečem). Je také nezbytné důsledně používat atribut ALT a alternativní textové dokumenty pro stránky, které nelze přímo číst, používat odpovídající grafické formáty i kompresi, zvážit jiné alternativy (jsou opravdu použité prostředky nezbytné?), správně se vyjadřovat (odkaz typu „klikněte zde“ má nulovou hodnotu) apod.

Samozřejmě, není možné požadavek na čitelnost přehánět, ale pro typ služeb, které poskytují knihovny, je zapotřebí dostupnost pro všechny respektovat.

- W3C Web Accessibility Initiative – <http://www.w3.org/WAI/>
- WebABLE! – <http://www.webable.com/>
- Apple
  - Disability Resources – <http://www.apple.com/education/k12/disability/>

### **Budujeme website...**

Proces budování website má tři fáze – design, „výroba“, zveřejnění. Jde pochopitelně o kontinuální proces. Mělo by jít o týmovou práci, na níž se podílejí např. zadavatel, manažer informačních služeb, informační architekt, autor obsahu, programátor, grafik... V podmínkách českých knihoven nepůjde asi nikdy o tak široký tým spolupracovníků, je však zřejmé, že u profesionální služby odpovídající úrovni doby (a takovou by tato služba knihovny měla být) nemůže jít o práci jediného člověka. Přinejmenším by na jedné straně měli být pracovníci knihovny, na straně druhé pak ten, kdo jejich požadavky na fungování website a obsah, který knihovna připraví (doplňuje, kontroluje, rozšiřuje, opravuje, mění), doplňuje kvalitní grafikou, technicky zpracovává a zpřístupňuje na Internetu.

**Design:** definování cíle, informační architektura, interface design, grafická a typografická úprava dokumentů.

**Výroba:** vytvoření a editace obsahu (nejen textu), grafika apod., programátorské práce, testování, údržba a rozvoj.

**Zveřejnění:** zpřístupnění na Internetu, publicita, marketing, zpětná vazba.

Než začneme s budováním webových stránek, měli bychom se nejdříve seznámit s problematikou publikování na Webu i souvisejícími činnostmi a také s publikačními aktivitami jiných. Na základě znalostí i zkušeností si položíme otázky a pokusme se na ně nalézt odpovědi:

- Co se nám nelíbí na Webu a proč?
- Co se nám líbí na Webu a proč?
- Čím se Web liší od jiných médií a proč?
- Jakou službu chceme na Webu nabídnout a proč?
- Jak zjistíme, zda jsme uspěli (a proč)?
- Co bude obsahem služby (a proč)?
- Jak tento obsah bude fungovat (a proč)?
- Co všechno pro to musíme udělat (a proč)?
- Máme na to?

### **Co bude obsahem a jak bude obsah fungovat**

Na začátku budování webových stránek bychom si měli vypracovat pečlivý plán zahrnující cíl a smysl služby. Jak ve vztahu k poskytovateli, tak také s ohledem na předpokládané uživatele (znalost jejich chování). Rozmyslet bychom si měli rovněž zajištění celé služby (organizační, technické, finanční a personální) i časový harmonogram budování stránek. Dalším krokem je pak návrh organizace a struktury celého website i jednotlivých dokumentů.

Neměli bychom přitom zapomenout i na okolí (vzdálené i blízké), jde totiž o systém, který je součástí jiného systému – Webu, Internetu. . . Poté by měla přijít na řadu informační architektura (struktura a design dokumentů, hierarchie a vzájemné vztahy) a nakonec navigace – jeden z nejdůležitějších prvků ovlivňujících úspěšnost celé služby.

### Navigační systém

Při úvahách o tom, jakým způsobem zajistíme uživatelům pohyb ve struktuře poskytovaných informací, bychom měli mít na paměti především:

- Využívání WWW je pohybem v prostoru.
- Navigační systém usnadňuje (měl by!) využívání informací a služeb.
- Navigace je nezbytná nejen v celém prostoru WWW, ve website, ale také v jednotlivých dokumentech.
- Navigaci usnadňuje zjevná hierarchie prvků v dokumentu.
- Navigační funkce prohlížečů nestačí a nelze na ně spoléhat.

Navigační funkce prohlížečů reprezentují především možnosti jako vložení adresy, historie, záložky, jdi vpřed nebo zpět, informace na stavovém řádku apod. Důležitou navigační funkcí jsou rovněž odkazy v dokumentech a jejich barevné odlišení. Tvůrci webových dokumentů se bohužel často dopouštějí chyby tím, že mění standardní barvy odkazů. Také dokonce tento významný orientační prvek potlačují tím, že potlačí změnu barvy u navštíveného odkazu (tato výtka se bohužel se týká i Ikara), uživatel je tím ochuzen o důležitý orientační prvek, zvláště cenný pro pohyb v dlouhém dokumentu s větším množstvím odkazů.

Je zřejmé, že navigační funkce prohlížeče přestávají být dostačující v okamžiku, kdy je uživatel přiveden na dokument uprostřed website odjinud (např. vyhledávací službou nebo prostřednictvím odkazu v jiném website). Ne vždy uživatel vstupuje na webové stránky prostřednictvím úvodního dokumentu (home/welcome page). Každý dokument je zpravidla součástí nějakým způsobem organizovaného komplexu informací a služeb, přesto musí fungovat také zcela samostatně. Jenom tak zajistíme, aby se uživatel k těm dalším informacím v rámci website co nejjednodušeji dostal. Dokument proto musí obsahovat především informační a navigační prvky, které by měly uživateli říct: **kdo** (autor nebo instituce), **co** (jasný název vystihující obsah dokumentu), **kdy** (datum poslední aktualizace) a **kde** (adresa „domácí“ stránky) zveřejnil. Každý dokument by měl tyto informace obsahovat (velký význam – na rozdíl od strany ve vázané knize – má v tomto případě záhlaví a zápatí dokumentu). Navíc by měl být dokument opatřen dalšími navigačními prvky, které uživatelům usnadní pohyb v hierarchické struktuře poskytovaných informací a služeb.

### Vlastnosti úspěšného navigačního systému

Snadná pochopitelnost a ovladatelnost – jestliže musí uživatel strávit značné množství času a vynaložit hodně úsilí, aby pochopil, jak používat navigační prvky, nebude mít čas (ani náladu) vnímat obsah. Návštěva WWW

není totéž, jako když si někdo pořídí nějaký (poměrně nákladný) softwarový nástroj, se kterým se musí (už kvůli vynaloženým penězům) naučit pracovat.

Vlastnosti charakterizující kvalitní navigační systém:

- Konzistentnost – umístění navigačních prvků a jejich použití ve všech dokumentech musí být shodné.
- Zpětná vazba – akce – uživatel musí vidět, že použití určitého navigačního prvku povede k (očekávanému) výsledku (to lze zajistit i vizuálně, viz např. navigační systém **Studia Archetype** (<http://www.studioarchetype.com/>) nebo **MetaDesign** (<http://www.metadesign.com/main.htm>)).
- Správný kontext – odkazy typu „návrat zpět“ jsou např. nesmyslné z pohledu uživatele, který se na určitý dokument dostane z jiného – externího – dokumentu a který pochopitelně nemá tušení, kam ono zpět vede... (zde je rozdíl oproti lineární prezentaci běžné v tradičních dokumentech).
- Alternativa – „site map“, obsah, rejstřík, vyhledávací nástroj pro jiný přístup k informacím a službám na website (zároveň je tento alternativní přístup usnadněním přístupu pro uživatele s různými omezeními).
- Ekonomičnost – optimální navigační systém nenutí uživatele ke krokům se zbytečnou ztrátou času a peněz.
- Zřetelné vizuální vztahy – pohyb, barva, pozice, velikost prvků v dokumentu a jiné faktory usnadňující orientaci a navigaci.
- Jednoznačný jazyk (pozor na popisné prvky!).
- Vhodnost s ohledem na účel služby (viz např. rozdíl mezi navigačním systémem u časopisu a obchodu).
- Podpora uživatele a jeho správného chování – navigace by měla odpovídat tomu, co uživatel očekává od dané služby, zároveň by měla tato očekávání v pozitivním smyslu přesahovat a nabízet uživateli více možností.

Při tvorbě navigačního systému je důležité umět předvídat chování uživatelů v určitých situacích. Např. co lidé dělají, když ukončí nějakou činnost. Jestliže dočtou dlouhý dokument, budou se chtít vrátit na jeho začátek? Jestliže se rozhodnou zobrazit si obrázek ve větší velikosti, budou se chtít vrátit zpět k předchozí stránce? Důležité je znát tyto funkce např. při designu ovládacích prvků online katalogu, vyhledávacího nástroje apod. (Z tohoto pohledu jen stěží obtočí WWW rozhraní knihovnických systémů používaných v knihovnách v České republice)

### **Popisné prvky**

Jsou součástí navigačního systému. Měly by mít tyto vlastnosti: stručnost, jasnost, výstižnost. Popisné prvky musí samy tvořit systém: přímá součást navigačních prvků, termíny umožňující prohledávání (řízený slovník), odkazy (hyperlinky) – jejich text, názvy dokumentů. Používání grafických prvků (ikony) je velmi problematické, neboť nejsou jednoznačné, navíc zde hraje roli kvalita grafického vyjádření.

### **Design WWW dokumentů**

Design website se liší od designu tradičních (tištěných) dokumentů. Inter-

face je prostředníkem mezi uživateli a obsahem, tlumočnickem a průvodcem ve složitosti website. Jde o zcela odlišnou zkušenost ve srovnání s knihou, časopisem či novinami v tradiční podobě, mj. i proto, že každý dokument/stránka na webu na rozdíl od strany ve vázané knize či časopisu „funguje“ jako samostatný dokument. Je také velký rozdíl mezi dokumentem zobrazeným na obrazovce počítače s stranou v knize (zde vlastně formát nehraje takovou roli, neboť stranu knihy či dvoustranu vnímáme jako celek, i když jde o formát větších rozměrů). Hierarchie prvků může a má být viditelná, tím usnadníme uživateli orientaci i „práci“ s dokumentem. Svou významnou roli proto hraje např. velikost prvků na „stránce“, jejich umístění v dokumentu nebo vztah k jiným prvkům či součástí dokumentu. Velice významně ovlivňují vnímání obsahu i použité barvy a kontrast. Pozornost pak přitahuje pohyb, proto je nezbytná velká opatrnost např. při používání animovaných gifů a dalších pohyblivých prvků v dokumentu. Svůj význam má samozřejmě i typografický a grafický design.

### **Prvky dokumentu**

Při úvahách o designu dokumentů bychom měli mít na zřeteli význam hlavních prvků, jimiž jsou:

- rozměry a orientace (velikost obrazovky),
- záhlaví (názvy dokumentů),
- text,
- písmo (typy – serifové nebo bezserifové, znaková sada, řez, velikost, barva),
- média (obrázky – pozor na použití vhodných formátů!, video, zvuk, animace...),
- barva (psycho-sociologické aspekty působení barev, teorie barev...)
- vizuální hierarchie (určité prvky přitahují pozornost...),
- relativní velikost prvků v dokumentu – velikost by měla korespondovat s významem daného prvku, je přitom nutné si uvědomit, že větší prvky přitahují pozornost,
- umístění – např. v záhlaví dokumentu jsou významnější části (viz umístování reklamy),
- barva a kontrast – určují vztahy mezi prvky, přitahují pozornost, výrazné barvy a kontrast vyvolávají dojem významu,
- pohyb rovněž přitahuje pozornost a tím může odvést uživatele od těch částí dokumentu, které mají ve skutečnosti mnohem větší význam (text),

Nevhodným použitím jednotlivých prvků můžeme potlačit to, co má v dokumentu význam, a uškodit si tím.

### **Údržba a správa dokumentů**

Nestačí jen vybudovat website, ale dokumenty je nutné neustále udržovat, aktualizovat a doplňovat. Zvláště velký důraz je nutné klást na aktuálnost odkazů na externí zdroje, jejichž údržba opravdu vyžaduje takřka každodenní kontrolu – samozřejmě v závislosti na tom, v jakém rozsahu a jaký typ odkazů na website zařadíme. Je nezbytné předcházet možným problémům s jejich

údržbou a nemáme-li pro to vhodné podmínky, raději své aktivity v tomto směru zredukujeme na nezbytné minimum odkazů na kvalitní a stabilní zdroje. Důležitou součástí elektronických informačních služeb je marketing a publicita, jež by se neměla omezit jen na registraci ve vyhledávacích službách. Velmi významná je zpětná vazba, testování a uživatelský ohlas. Pro uživatele i pro poskytovatele služby by pak měl být nezbytnou součástí další rozvoj a změny odpovídající dynamice nového média i poskytovaných informačních služeb.

#### **Literatura:**

1. TKAČÍKOVÁ, Daniela. Elektronické publikování a služby knihoven. *Ikaros* [online]. 1999, roč. 3, č. 3 [cit. 1999-07-01]. Dostupný z: << URL: <http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1999/c03/cis.dt.htm> >>.
2. IHRIG, Sybil, IHRIG, Emil. *Scanning the professional way*. Berkeley : Osborne/McGraw-Hill, 1995. x, 148 s. ISBN 0-07-882145-2.
3. LYNCH, Patrick, HORTON, Sarah. *Web style guide: basic design principles for creating web sites*. New Haven: Yale University Press, 1999. x, 164 s. ISBN 0-300-07675-4.
4. NIELSEN, Jakob. *Hypertext and hypermedia*. Boston : Academic Press Professional, 1993. xii, 296 s. ISBN 0-12-518411-5.
5. WEBSTER, Timothy. *Web designer's guide to graphics: PNG, GIF JPEG*. Indianapolis : Hayden Books, 1997. xv, 361 s. ISBN 1-56830-363-7.