**Рекомендації для керівників гуртків**

**щодо оформлення публікацій на сайт КЗ «Станція юних техніків №4»**

Адреса нашого сайту: [**http://suyt4.klasna.com**](http://suyt4.klasna.com)

Створення та підтримка сайту СЮТ є предметом діяльності всіх співробітників нашої установи, які задіяні в навчально-виховному процесі. Сайт є не окремим специфічним видом діяльності, він об'єднує процеси збору, обробки, оформлення, публікації і являє собою актуальний результат діяльності Станції юніх техніків.

1. Основні поняття:

***Сайт*** - інформаційний web-ресурс, що має чітко визначену структуру, що несе закінчену смислове навантаження. Створюється як ключовий інструмент мережевої взаємодії як самої установи, так і всіх учасників освітнього процесу.

***Розробник сайту*** - фізична особа або група фізичних осіб, які створили сайт і підтримують його працездатність і супровід.

***Адміністратор сайту*** - співробітник, відповідальний за організацію роботи з ведення сайту, який несе відповідальність за вирішення питань щодо розміщення інформації, про видалення та оновленні застарілої інформації.

***Головний редактор сайту*** - директор школи, який несе відповідальність за достовірність наданої інформації.

***Хостинг***  — послуга, що надає дисковий простір для розміщення фізичної інформації на [сервері](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B5%D1%80), що постійно перебуває в мережі (наприклад Internet).

**2. Можливості та завдання діяльності сайту КЗ «Станція юних техніків №4».**

*На сайті нашого закладу є наступні можливості:*

• створення окремих сторінок за напрямками роботи;

• створення індивідуальних сторінок діяльності гуртків;

• розміщення новин та оголошень;

• розміщення відео, фото контенту;

•розміщення різних документів для скачування (текстові файли, презентації, таблиці);

•зворотній зв'язок.

**Функціонування сайту нашого освітнього закладу спрямоване на *вирішення наступних завдань:***

* **формування цілісного позитивного освітнього іміджу;**
* **інформування відвідувачів сайту про якість освітніх послугу нашому закладі, про досягнення вихованців та педагогічного колективу, про особливості навчально – виховної діяльності СЮТ № 4, історії його розвитку, реалізацію освітніх програмах та ін;**
* **створення умов для взаємодії учасників освітнього процессу та соціальних партнерів закладу;**
* **внесення якісних змін у процес використання ІКТ в освітньому процесі;**
* **здійснення обміну педагогічним досвідом;**
* **стимулювання творчої активності педагогів і гуртківців.**

**3. Організація інформаційного наповнення та супроводу сайту:**

Усі ключові заходи навчального року, які проводяться з вихованцями, в обов'язковому порядку відображаються на сайті СЮТ.

Інформація для розміщення на сайті (текстова інформація, графічна - у вигляді фотографій, схем, креслень) надається в **електронному** вигляді адміністратору сайту, який оперативно забезпечує її розміщення у відповідному розділі сайту.. Як виняток (за рішенням адміністратора сайту) текстова інформація може бути представлена ​​у рукописному вигляді без помилок і виправлень.

Важливо, щоб стаття містила якомога більше корисної структурованої інформації і якомога менше зайвого тексту. Пам’ятайте, що оптимальним розміром статті для веб-формату є 2000-3000 символів.

Інформація на сайті розміщується в єдиній стилістиці оформлення, згідно з розробленим стилем і відповідає зовнішньому вигляду сайту. Відповідно, різні стилі форматування тексту (розмір, колір, вирівнювання та інше) будуть втрачені при розміщенні інформації, якщо вони не відповідають загальній стилістиці сайту. Якщо у Вас є особливі побажання до оформлення матеріалу , то краще їх спочатку узгодити.

Назви файлів для розміщення (з можливістю скачування) повинні відображати суть документа, а також містити ПІБ виконавця. Бажано прикласти опис файлу. Якщо інформацію для розміщення потрібно взяти з текстового файлу, вкажіть яку саме і в яке місце на сайті цю інформацію потрібно розмістити.

У назвах фото контенту повинні бути тільки цифри і букви (латиниці). Якщо ви хочете зберегти певний порядок фотографій, то вони повинні бути пронумеровані таким чином: перша фотографія - 001, наступна - 002 і так далі. Фотографії повинні бути прийнятної якості і дозволу не менше, ніж 800 × 600 пікселів. Кількість фотоматеріалів для висвітлення заходу на сторінках сайту обмежується 3-5 фотографіями.

Для вбудовування відеоматеріалів в текст, необхідно розмістити дані матеріали на сайті відеохостингу, наприклад, http://www.youtube.com/ та надіслати посилання на це відео на електронну адресу СЮТ. Якщо ви не можете зробити це самостійно, то вам допоможе адміністратор сайту, який має доступ до власного аккаунту СЮТ.

Презентації можна вбудовувати в текст використовуючи спеціальний сервіс, наприклад, <http://www.slideshare.net/> та надіслати посилання на цю презентацію на електронну адресу СЮТ. Можливе розміщення презентації на обліковому записі СЮТ у даному хостінгу.

**4. Терміни надання інформації, для розміщення на сайті:**

Інформація для розділу сайту «НОВИНИ» повинна бути актуальною – з моменту проведення або участі у заході може пройти не більше 1-2 днів.

Інформація на індивідуальній сторінці гуртка педагога оновлюється 1 раз в 30 днів.

Інформаційні матеріали (текстові та фотографічні) для сторінок сайту «Обдаровані діти» та «Кращі роботи гуртківців» надаються педагогами 2 рази на рік .

Відповідальність за достовірність і строки наданих матеріалів адміністратору сайту покладається на виконавця, тобто співробітника, що безпосередньо надає інформацію.

**5. До розміщення на сайті СЮТ заборонені:**

* **інформаційні матеріали, які містять заклики до насильства, що розпалюють соціальну, расову, міжнаціональну і релігійну ворожнечу;**
* **інформаційні матеріали, що містять пропаганду наркоманії, екстремістських, релігійних і політичних ідей , тощо.**

**Шановні колеги! Майже будь-яку проблему пов'язану з роботою сайту можна вирішити. Не соромтеся задавати питання. Якщо Ви і вже зараз зустріли незнайомі слова - не лякайтеся, насправді все набагато простіше.**

**Ми робимо спільну справу, прошу вас, з розумінням поставитися до цих вимог. Вони не складні для виконання, але економлять наш робочий час і ми встигаємо зробити більше корисного.**

**Підговила методист Дейнега О.В. 2015 рік**

**рафический материал**

Графический материал на интернет-странице - это, прежде всего, особый стиль оформления. Картинки, фотографии и другого рода изображения делают ресурс более ярким и интересным, ведь намного лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Однако многие разработчики зачастую допускают ошибки, нагромождая страницу картинками, линиями и фонами.

На хорошем сайте всего должно быть в меру, поэтому очень важно, чтобы изображения не отвлекали пользователя от текста и не казались ему навязчивыми. Поэтому при выборе картинки для текста необходимо придерживаться несколько наиболее распространенных правил, нарушение которых приводит к появлению недостатков оформления.

Изображение должно быть достаточно хорошего качества, потому что пользователь увидит в первую очередь картинку, по которой будет судить о содержании статьи. Из этого вытекает и второй пункт, говорящий о том, что изображение должно передавать смысл текста и соответствовать ему по теме. Неплохо, если цветовая гамма картинки соответствует стилю вашего ресурса, она не обязательно должна быть точно таких же оттенков, главное, чтобы фон и изображение не затемняли друг друга.

Количество фото допустимых в тексте зависит также от оформления всей страницы, например, если у вас и так большое количество рекламных баннеров в виде изображений, то не стоит дополнять данные несколькими картинками, лучше ограничиться одной. Располагать изображения можно над текстом или под ним, существуют также варианты, где картинки размещены по левому или правому краю. Большую роль играет размер и расширение изображения, многие думают, что чем больше картинка - тем лучше, на самом деле это не так, ведь оптимальный размер изображения зависит от его расположения. Так, если оно находиться над текстом и под заголовком, то можно использовать достаточно большой формат, но при этом ограничивать его так, чтобы расстояние от текста до заголовка было не очень большим. По бокам и в тексте лучше всего смотрятся маленькие рисунки.

Не забывайте, что обилие флеша, мигающих баннеров и прочих "мультяшек", утомляют глаз пользователя - сделайте сайт наиболее статичным, если хотите, чтобы пользователь прочел и осознал имеющуюся информацию. Также не стоит забывать о том, что картинки могут долго загружаться а это нервирует посетителя. Пользователь, утомленный ожиданием, просто уйдет со страницы раньше, чем она откроется и впредь уже не вернется на сайт.

Что же касается расширения, то этот вопрос очень сложен, так как при указании параметров оптимальных для вашего рабочего места, вы можете получить совершенно другой вариант на мониторе пользователя. Указывать параметры расширения лучше всего в пикселях, при этом сохраняя пропорции изображения. Не желательно слишком сжимать большие картинки, так как качество резко падает. Что же касается слишком маленьких изображений, то их лучше расширять, но так, чтобы в конечном счете не получить кучку смазанных пикселей.

**Заголовки и мета**

Заголовки и мета это часть оформления важна не только для визуальных характеристик ресурса, но и для его продвижения в сети. Заголовок - это та часть страницы, которая высвечивается в верхней части окна рядом с названием браузера, попросту говоря, это название. В заголовке должны отражаться основные понятия, связанные с web-страницей, ведь это ее лицо перед пользователями и поисковыми системами.

Нельзя путать такие понятия, как заголовок и ключевые слова, действительно, очень хорошо, когда в заголовке употребляются ключевые фразы, но не стоит загромождать его всеми возможными вариантами. Не надо использовать слишком длинные заголовки, так как отображаться будет только некоторая их часть, к тому же не стоит прибегать к нагромождению ключевых слов - их лучше всего указывать в отдельном теге. При этом стоит выбрать одну наиболее точную фразу, описывающую деятельность сайта, и использовать в заголовке именно ее.

Каждая страница сайта должна иметь свой уникальный заголовок для того, чтобы поисковая машина смогла ее найти. meta-контент сайта - это его паспорт, все данные необходимые поисковым системам для работы со страницей находятся именно здесь. Без заполнения тегов meta невозможно начинать раскрутку ресурса, а, следовательно, и привлекать на него пользователей.

Тег "Title" - название мы уже рассмотрели. Тег "description" располагает в себе краткое описание информации, представленной на странице, с его помощью кратко характеризуется содержание. "Description" вмещает в себя не более двухсот символов, которые отображаются рядом с названием сайта в поисковых системах. Стоит отметить, что далеко не все поисковые машины отображают эти данные, некоторые их просто игнорируют. Но все равно, стоит позаботиться о наполнении "description", ведь с ним работает такой поисковик как Яндекс, который используют более половины всех отечественных пользователей сети.

Стоит помнить, что описание страницы должно соответствовать ее содержанию и быть уникальным для каждой из страниц сайта. Правильное оформление этого тега улучшит внешний вид ссылки на ваш сайт, что будет привлекать посетителей,поскольку давно доказано, что человек, выбирая нужные ссылки в результате поискового запроса, охотнее кликнет на страницы, имеющие грамотное описание с использованием ключевых слов.

Тег "keywords" предназначен специально для ключевых слов. Значение данного тега составляют все возможные слова и комбинации слов, по которым можно отыскать вашу страницу с помощью поисковой машины.

**Использование тегов выделения текста и форматирования.**

Теги работы с текстом отвечают за его читабельность и привлекательность, ведь даже если данные правильно распределены по странице, им все равно необходима дополнительная обработка, такая как выбор шрифта, цвета и размера, а также выделение некоторых моментов.

Для выделения текста можно использовать такие парные теги, как "I" - курсив, "B" - жирный шрифт, "big"- увеличение размера шрифта, "small"- уменьшение размера шрифта, "tt"- тип печатная машинка и так далее. Область, которую необходимо выделить, придав ей свойства этих тегов, помещают в контейнер из двух парных тегов.

Для изменения цвета текста используется параметр "color", через знак равно в скобочках указывается его значение, то есть необходимый оттенок. Для изменения размера используют параметр size, его числовое значение также указывается через знак равно. Нельзя забывать о том, что для заголовков размер задается с помощью номера тега. Это очень важный тег, так как именно он отвечает за ваше положение в результатах поиска по тем или иным запросам.

**Ключевые слова**

Ключевые слова предназначены для индексации страницы, именно они несут в себе суть того, что на ней размещено. Сегодня, все большее распространение получило скрытое семитическое районирование. Человек водит в поисковом запросе слово, и если оно подходит под тему вашего сайта и используется в его тексте, то ссылка на страничку выводиться в результатах запроса, при этом значение тега "keywords" не так высоко, как раньше. Однако, наполняя сайт контентом, многие разработчики злоупотребляют ключевыми словами, надеясь повысить положение своего сайта. Это не самый верный подход, ведь текст на странице предназначен для пользователей, он должен быть читабелен и интересен, при этом ключевые слова нужно расставлять грамотно - так чтобы это не бросалось в глаза и не портило суть данных.

**Вывод:**правильное оформление страниц сайта не только увеличивает приток пользователей, пришедших по определенным поисковым запросам, но и позволяет удержать посетителя на сайте дольше, повышает популярность ресурса и, соответственно, увеличивает доход.

**Требования к текстам на сайтах**

1. Текст должен быть уникальным. Причем не переписанным другими словами, а уникальным по смыслу или плану, подаче материала, ходу мысли, выводам и т. п.
Желательно в каждом тексте сообщать действительно новые и свежие мысли и данные.
	1. Для разделов и категорий 2000-3000 знаков. Для подкатегорий 1000 знаков. Краткие описания товаров более 500 знаков.
	2. Текст должен быть грамотно написан и правильно оформлен и отформатирован. Без грамматических, орфографических, пунктуальных ошибок, с правильно построенными предложениями. Не стоит строить длинные и сложные предложения. Лучше разбить длинную мысль на несколько предложений.
	3. Тексты категорий и разделов должны иметь план, структуру, смысл.
	4. Текст должен быть оформлен заголовками, отражающими структуру. Обычно достаточно использовать один заголовок <h1> и заголовки <h2>, выделяющие смысловые части текста (абзацы).
	5. В тексте не желательно массово использовать выделения, курсив, разные цвета и шрифты. Можно выделить жирным основные мысли по тексту, не более. И это совершенно не обязательно ключевые запросы. Нельзя писать слова заглавными буквами, кроме аббревиатур.
	6. Количество ключевых запросов в тексте не должно превышать 2-3 на 1000 и 4-5 на 2000 знаков. В тексте — кратком описании достаточно 1-2 раза упомянуть ключевик.
	7. В тексте не нужно ставить внутренние ссылки для целей продвижения. Исключением могут быть только ссылки, реально полезные для пользователей, раскрывающие или дополняющие тему. А так же в случаях когда по смыслу предлагается совершить какое-либо действие. Например в отрывке - «вы можете перейти для расчета стоимости» - полезно указать ссылку на расчет стоимости.
	8. В тексте не должно быть повторяющихся мыслей, написанных разными словосочетаниями, но по сути об одном и том же. В тексте не должно быть «воды», а только конкретная информация. О чем текст должно быть понятно из первых предложений.
	9. В тексте не должно быть призывов типа «звоните нам», не должно быть контактных данных и желательно не использовать названия компании более одного раза. Не стоит писать очевидные вещи, типа: «у нас вы можете заказать и купить такой-то товар» — а зачем еще нужен интернет магазин??
	10. В тексте нельзя использовать списки ключевых запросов путем их перечисления.
	11. Списки и перечисления (например услуг или характеристик) оформлять в виде нумерованных и маркированных списков.
	12. Текст должен содержать иллюстрации в тему. Имя файла картинки должно быть на английском языке с использованием ключевого слова в транслите или в переводе. Например, lepnoi\_decor.jpg
	13. Основной ключевой запрос должен входить в заголовок <h1> Желательно, чтобы один текст был посвящен одному запросу (группе смежных запросов).
	14. И последняя мысль: В идеале, тексты для сайта должен составлять человек, который досконально знает, о чем он пишет  – все особенности предлагаемой на сайте продукции или услуги, потребности клиентов и детали технологического процесса. То есть  это сам владелец сайта или его доверенное компетентное лицо. Такие тексты нужно писать как минимум для главной страницы и основных разделов. Остальные тексты можно писать совместными усилиями, типа: план текста и мысли от владельца, составление предложений и оформление от копирайтера.
2. Соблюдайте ограничения по размеру заголовка. Оптимальная длина титловой фразы 65–70 символов, включая пробелы. В случае превышения данной величины заголовочной фразы, поисковый робот отобразит ее в списках выдачи знаком «…», а ключевые слова и фразы запросто могут попасть в невидимую посетителем область, и он пройдет мимо сайта. Поэтому логично ставить наиболее значимые ключевики в начало фразы, так они гарантированно будут видны пользователю. Применять заголовки длиной больше 200 знаков не следует.
3. 4. Вставляйте в заголовок все ключевые слова и фразы страницы. Отсутствие ключей, под которые страница оптимизируется, сильно снижает шансы на достижение приемлемого результата этой оптимизации. Хотя заголовок сам по себе не является частью документа, он логикой построения связан со всем страничным текстом, из титла должно быть понятно, о чем пойдет речь на этой странице. Одновременно с этим тайтл не может выглядеть простым перечислением ключевых слов или фраз. Логика машин и людей не совпадает.
Например, предложение «эпиляция ног, сделать эпиляцию ног, низкие цены, эпиляция ног Москва» возможно, выглядит логичным и привлекательным в глазах поискового робота, но человек, скорее всего, пропустит эту белиберду мимо и не примет в серьез. Старайтесь сделать заголовок таким, чтобы пользователь смог уловить заключенную во фразе мысль, например, «эпиляция ног: качественно по низким ценам в Москве». Кроме этого, смысл заголовка должен быть отражен уже в тексте первого абзаца страницы, чтобы, пришедший на ресурс, пользователь видел, что он не обманулся в своих ожиданиях.

## Как правильно написать SEO-статью: объем, композиция, используемые теги, уникальность

Грамотно написанная статья обладает информативностью, написана доступным и ясным стилем, четко структурирована (разбита на небольшие абзацы). С одной стороны, она должна легко и интересно читаться, с другой – содержать необходимое количество ключевых слов (в разных грамматических формах). Текст статьи также должен быть ориентирован на определенные типы поисковых запросов (например, справочные, транзакционные или информационные). И, конечно, статья должна быть уникальной.

1. **Размер статьи.**
Средний размер статьи для продвижения сайта – 2000/3000 знаков. Однако при размещении текста на страницах/порталах с узкой тематикой, статья может быть и более развернутой.

2. **Процент ключевых слов.**
В тексте должно быть от 5 до 7 процентов ключевых слов и фраз. С одной стороны, этого количества достаточно для эффективной работы поисковых роботов, с другой стороны, такая статья еще вполне читабельна.

3. **Композиция статьи.**
В первом абзаце необходимо употребить все необходимые ключевые слова и четко определить тематику статьи. В середине можно снизить процент употребления ключевых слов, широко раскрыть проблему, осветить какие-то детали, интересные моменты. А в резюме (последний абзац) опять использовать все ключевые слова – можно сказать, в каком-то роде, повторить начало другими словами. Подобная композиция статьи максимально эффективна, так как для поисковых машин наиболее важными являются начало и конец страницы (то есть первый и последний абзац).
По этой же причине ссылки размещаются также в начале и в конце статьи (для достижения наибольшего возможного веса ссылочной массы).

4. **Теги.**
Для того, чтобы четко определить тематику статьи и подчеркнуть основное, теги (имеются в виду bold и strong) необходимы. Но злоупотреблять ими не следует, так как это может повлечь за собой обвинение в поисковом спаме (за которым порой следует даже занесение сайта в «черный список»).
Для разных поисковиков лучше подходят разные теги.

5.**Заголовок.**
Название статьи выделяется тегом H. Внимание! В данный тег нельзя заключать ссылки, поисковые роботы могут также посчитать ее спамом.

6.**Уникальность статьи.**
Для размещения уникального текста, например, на сотне площадок, вовсе не обязательно писать сто разных статей. Во-первых, существуют программы, которые грамматические формы слов и порядок слов в предложении, позволяют сделать тысячу текстов из одного. Однако порой читабельность подобных опусов становится сомнительной: общее смысловое ядро и ключевые слова сохраняются, поисковые роботы сработают на «отлично», но живому, настоящему читателю статья покажется не интересной, «искусственной». Во-вторых, существует метод «размножения» статей вручную. К примеру, пишется четыре близкие по тематике статьи, каждая из которых разбивается на четыре части, и из них уже можно компилировать разные тексты (делается это так, чтобы отдельные части соответствовали друг другу по значению, а при их замене не пропадал общий смысл статьи). Количество получающихся в итоге статей рассчитывается по формуле «x» в степени n (где n – это исходное чисто текстов, а «x» – количество частей, на которые они разделены).

* При оформлении статьи необходимо соблюдать правила, которые предъявляет издание (объем статьи, шрифт, размер шрифта, междустрочный интервал, поля, лист). Текстовые материалы, как правило, должны быть подготовлены в редакторе MS Word (\* .doc), математические формулы и уравнения — в редакторе уравнений Microsoft Equation. Используйте единицы Международной системы измерений.
* Название статьи должно кратко информировать о ее содержании, а также содержать максимально допустимое изданием количество слов или символов. Наличие УДК является обязательным.
* Экспериментальная статья должна содержать следующие разделы: введение, материал и методы исследований, результаты и их обсуждение, выводы, библиографические ссылки.
* Обзорная статья может иметь разное количество разделов с произвольными названиями, но выводы обязательны.
* Таблицы и рисунки должны быть пронумерованы в соответствии с содержанием статьи. Статистическая и другая детализация приводятся под таблицей в примечаниях. Табличные материалы размещаются в тексте статьи непосредственно после первого упоминания о них.
* Рисунки нумеруются в порядке их обсуждения в тексте. Все элементы текста в изображениях (графиках, диаграммах, схемах), если это возможно, должны иметь гарнитуру Тimes New Roman. Изображение после сканирования при печати должно быть четким, под стать четкости основного текста.
* Следует избегать в предложениях «лишних» слов. Это касается и больших по объему фрагментов текста.

На школьном сайте не допускается размещение противоправной информации, и информации, не имеющей отношения к деятельности школы и образованию. А также при наличии расхождений между одними и теми же сведениями в разных разделах сайта и элементах его оформления

К размещению на школьном сайте запрещены: • Информационные материалы, которые содержат призывы к насилию и насильственному изменению основ конституционного строя, разжигающие социальную, расовую, межнациональную и религиозную рознь; • Информационные материалы, задевающие честь, достоинство или деловую репутацию граждан, организаций, учреждений; • Информационные материалы, содержащие пропаганду насилия, секса, наркомании, экстремистских религиозных и политических идей;• Любые виды рекламы, целью которой является получение прибыли другими организациями и учреждениями; • Иные информационные материалы, запрещенные к опубликованию законодательством Российской Федерации. • В текстовой информации школьного сайта не должно быть грамматических и орфографических ошибок. Содержит информацию о победах в различных конкурсах, олимпиадах, соревнованиях школьного, муниципального, областного уровней. На школьном сайте не допускается размещение противоправной информации, и информации, не имеющей отношения к деятельности школы и образованию. А также при наличии расхождений между одними и теми же сведениями в разных разделах сайта и элементах его оформления.

Информация, готовая для размещения на сайте, предоставляется в электронном виде администратору сайта или техническому редактору, который оперативно обеспечивает ее размещение в соответствующем разделе сайта. В порядке исключения текстовая информация может быть предоставлена в рукописном виде без ошибок и исправлений, графическая – в виде фотографий, схем, чертежей. Информация, не соответствующая формату сайта и противоречащая положению о школьном сайте, его правилам или здравому смыслу, не размещается на сайте без каких бы то ни было объяснений. К исполнению работ по предоставлению информации могут быть привлечены все участники учебно-воспитательного процесса. Правильность информации предоставляемой педагогами для размещения на сайте школы подтверждается самими педагогами, а в случае расхождения ее с реально существующей информацией, ответственность возлагается на педагога её представившего.

**Форматирование текста**

Начинающие веб-дизайнеры часто недооценивают значение средств форматирования — между тем, вид и компоновка текста играют огромную роль в его восприятии. Тщательное форматирование текста особенно важно в дизайне веб-страниц, поскольку возможности работы со шрифтами в этом случае ограничены. Некоторые замечания о работе со шрифтами содержатся в следующем разделе.

Сформулируем основные принципы компоновки и форматирования текста:

**1. Распределяйте длинный текст на несколько страниц**

В большинстве случаев пользователи Интернета читают только видимый на экране текст, да и то не весь, а только первые два-три абзаца. Так что за исключением особых редких случаев (например, если вы хотите выложить в Интернет целиком статью, считая, что кому-нибудь она может оказаться интересной) не стоит делать длинную полосу прокрутки. Большой текст лучше разбить на несколько страниц, не забыв организовать удобную навигацию (стрелочки вперед-назад, возврат в предыдущий раздел).

**2. Разбивайте текст на фрагменты.**

Сплошной поток текста читать гораздо труднее, чем тот же текст, разбитый на небольшие фрагменты; когда в тексте глазу не за что "зацепиться", его восприятие притупляется. Длинный текст обязательно нужно разбить на короткие абзацы. Если текст состоит из отдельных строк, их лучше сгруппировать в небольшие текстовые блоки, выделив главное и второстепенное с помощью изменения начертания или размера шрифта.

Вообще, в тексте старайтесь **выделять главное**: слово или несколько слов, это помогает воспринять и остальной текст. Выделять лучше всего жирным шрифтом. Курсивом пользуйтесь с осторожностью: текст, написанный курсивом, плохо читается, так что курсив можно использовать для выделения короткого фрагмента — например, одного слова. Если вы хотите выделить курсивом целую фразу, отделите ее от остального текста.

В качестве иллюстрации к вышесказанному приведу фрагмент веб-страницы с официальной информацией о школе.



Текст был подвергнут обработке: выровнен по левому краю (см. следующий раздел) и разбит на фрагменты — смысловые блоки; важные фрагменты выделены жирным шрифтом и курсивом. Обратите внимание, насколько второй вариант проще для восприятия.



**3. Используйте выравнивание текста**

Начинающие дизайнеры часто увлекаются выравниванием по центру. На самом деле, это далеко не лучший прием: строчки разной длины создают ощущение неряшливости (как на странице с официальной информацией, приведенной выше). Даже для заголовков выравнивание по центру не всегда является лучшим вариантом. Посмотрите, например, как элегантно смотрится страница гимназии 157 Петербурга[www.gym157.spb.ru/rus/index.htm](http://www.gym157.spb.ru/rus/index.htm): все заголовки выровнены по левому краю, текст выровнен по ширине. Небольшое меню в правом верхнем углу страницы, выровненное по правому краю, служит в качестве "уголка", обрамляющего текст, это создает ощущение завершенности. Попробуйте мысленно передвинуть заголовки и поместить картинку по центру — страница потеряет половину своего очарования.

**4. Обратите внимание на заголовок**

Заголовок важен для восприятия всей страницы. Для того чтобы заголовок смотрелся красиво, он должен**РАЗИТЕЛЬНО** отличаться от остального текста. Какой-то мудрец сказал: "Сходство обезьяны с человеком делает ее отвратительной". Если вы хотите выделить фрагмент текста, не делайте его шрифт немножко больше, чем шрифт основного текста: это будет восприниматься глазом как ошибка, случайное увеличение шрифта. Выберите для выделенного фрагмента строки **совсем другой размер и начертание**шрифта, тогда страница будет смотреться красиво.

**Коротко о шрифтах**

Существуют сотни разновидностей шрифтов, созданных на протяжении столетий бесчисленными художниками и дизайнерами, писцами и типографами. Однако, для вас от всего этого изобилия мало пользы: если у пользователя на компьютере не окажется того шрифта, который вы указали, то в лучшем случае система сама подставит первый попавшийся шрифт, сведя на нет все ваши дизайнерские усилия; в худшем случае текст может оказаться попросту нечитаемым.

Единственное, что можно делать безбоязненно — это использовать какой-нибудь красивый шрифт в графическом элементе (заголовок, меню). Что касается текста, то самое простое решение для начинающего веб-дизайнера — не задавать название конкретного шрифта; в этом случае весь текст будет отображаться шрифтом, заданным по умолчанию в браузере пользователя — как правило, это какой-нибудь простой и удобный для чтения шрифт вроде Times New Roman.

Если вы все же хотите задавать конкретные шрифты для различных стилевых элементов, то, может быть, вам помогут следующие ниже краткие пояснения.

Существует две основных разновидности шрифтов: шрифты с засечками (англ. serif ), и без засечек, или рубленые(англ. sans serif ). Шрифты с засечками удобны для длительного чтения (засечки "ведут" взгляд по строке, не позволяя ему сбиться), поэтому их обычно используют для основного текста страницы. Рубленые же шрифты лучше смотрятся в заголовках.

Чтобы не попасть в ситуацию, когда у пользователя отсутствует прописанный вами шрифт, соблюдайте следующие меры предосторожности:

* Задавайте общеупотребительные шрифты. Самый распространенный представитель шрифта с засечками -TimesNewRoman; рубленого шрифта — Arial; практически невероятно, чтобы их не оказалось у пользователя.
* Если вы хотите выбрать не самый общеупотребительный шрифт, задайте несколько вариантов, например: Verdana, Tahoma, Arial. Все эти шрифты относятся к одной группе (рубленые). Если первых двух шрифтов у пользователя не окажется, то уж третий — Arial — будет наверняка.
* Если все же необходимо написать фразу определенным шрифтом, — не мудрствуя лукаво, сделайте ее в виде картинки. Только не увлекайтесь: много картинок украсят вашу страницу, но сделают ее менее доступной для пользователей с медленной связью — см. следующий раздел.

**Использование графики**

Конечно, именно графика придает веб-страницам основной шарм, но она же может стать и фактором раздражения. Простая страница, тщательно отформатированная и не перегруженная графикой, смотрится лучше, чем страница, насыщенная аляповатыми кнопками и нелепыми иллюстрациями.

**Форматы графических файлов**

Для начала рассмотрим форматы графических файлов, используемых в веб-страницах.

* GIF ( Graphic Interchange Format): осуществляет сжатие без потерь и сохраняет изображение в 256-цветной палитре. Применяется для хранения изображений, в которых участвуют плоскости ровного цвета, четкие линии и границы. Обычно это - искусственные изображения, созданные с помощью компьютера: логотипы, надписи, заголовки.
* JPEG (от названия организации Joint Photographic Experts Group): сохраняет изображение с 16 миллионами цветов ( true color), достигает высокого уровня сжатия за счет потери качества изображения. Используется для хранения фотографических изображений с плавными полутонами, где снижение качества практически незаметно.
* PNG ( Portable Network Graphics , читается "пинг") — был задуман как альтернатива формату GIF : также осуществляет сжатие без потерь, но при этом может хранить изображение как в 256-цветной палитре, так и true color с 16 миллионами цветов. Несмотря на преимущества, этот формат пока мало популярен, — в частности потому, что его поддерживают только самые последние версии основных браузеров.





Компьютерный рисунок в формате GIF и фотография в формате JPEG

Формат GIF обладает преимуществами по сравнение со JPEG: он поддерживает прозрачный фон и анимацию. Однако, при сохранении фотографии в формате GIF вам вряд ли удастся достичь приличного качества изображения (не говоря о хорошем): после урезания палитры до 256 цветов плавная игра светотени заменится на четко ограниченные площади близких по тону, но все-таки различных цветов. В то же время, если вы попытаетесь сохранить логотип с четкими и контрастными цветовыми границами в формате JPEG, то изображение будет выглядеть неряшливо: на нем появятся размытые области и рябь.