



Oblikovanje spletnih strani

Principi oblikovanja, uporabniška izkušnja in iskalniki

Oblikovanje in postavitev spletnih strani



Oblikovanje

- Včasih so spletne strani oblikovali z oblikovnimi HTML elementi.
``, `<color>`, `<bgcolor>`...
- Oblikovanje s takimi elementi ima omejen nabor oblikovnih možnosti.
- Danes se oblikuje izključno s **stilnimi predlogami**.

Postavitev

- **Postavitev spletne strani** = postavitve elementov na spletni strani.
- Spreminjanje postavitev je zgolj s HTML elementi omejena.
 - Včasih postavitev s `<table>`.
- Danes uporabljamo kombinacijo **posebnih HTML elementov** (`<div>`...) in **stilnih predlog**.

Cascading style sheets – CSS

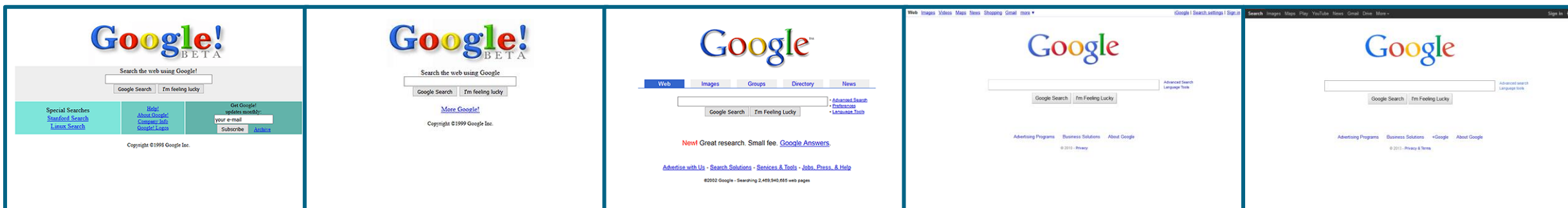


- **Stilne predloge** (angl. *style sheets*) omogočajo spreminjanje oblikovanja in postavitve spletnih strani.
- Glavni predstavnik teh so **kaskadne stilne predloge** (angl. *cascading style sheets*) oz. CSS.
- CSS omogoča **ponovno uporabljivo** in **kaskadno** oblikovanje spletnih strani ter omogočajo **ločitev vsebine od oblikovanja**.
- Stile določimo po principu **selektorjev** in **deklaraciji stilov**.

Zgodovina oblikovanja



- Tako oblikovanje, kakor tudi postavitev nista vedno sledila dobrim načelom berljivosti in vizualne privlačnosti.
- Skozi leta so napredovale funkcionalnosti HTML-ja in CSS-a in tudi dobrih praks oblikovanja in postavitve.
 - [Vrnitev na stari internet](#)
 - [Muzej starega spleta](#)



Načela dobrega oblikovanja



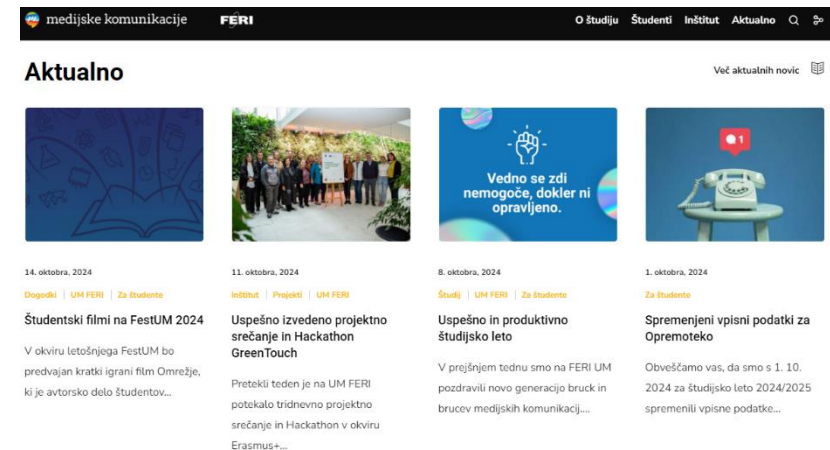
- Mnogokrat želje naročnika in spletnega oblikovalca ne skladajo.
- Podobno kot pri vsaki subjektivni discipline – tudi popularnost spletnega oblikovanja je izpostavljena **trendom**, ki se skozi čas spreminjajo. Dobro oblikovana spletna stran je lahko brezčasna.
- Čeprav pravimo, da je oblikovanje individualna in subjektivna domena vsakega posameznika, pa imamo nekaj **lastnosti, katere so skupne dobro oblikovanim spletnim stranem**.

Lastnosti dobro oblikovane spletne strani



1. Uporabnikom je oblikovanje spletne strani (vsaj do določene mere) všeč, ampak jih to ne odvrne od vsebine strani.

- Ni važno, če imamo minimalistično spletno stran, ali gosto zapolnjeno spletno stran. Vsebina je primarnega pomena.
- Čas, ki ga uporabnik rabi, da se znajde na spletni strani je ključnega pomena. Raziskave kažejo, da dlje ko je uporabnik “zmeden”, večja je možnost, da bo stran zapustil.



Lastnosti dobro oblikovane spletne strani



2. Navigacija je enostavna in intuitivna.

- Navigacija je na vsaki spletni strani, je odzivna (vemo na kateri strani smo in kam želimo) in je jasna (opisi povezav so razumljivi).
- Navigacija naj ni dominanten element na spletni strani.



3. Oblikovanje je konsistentno.

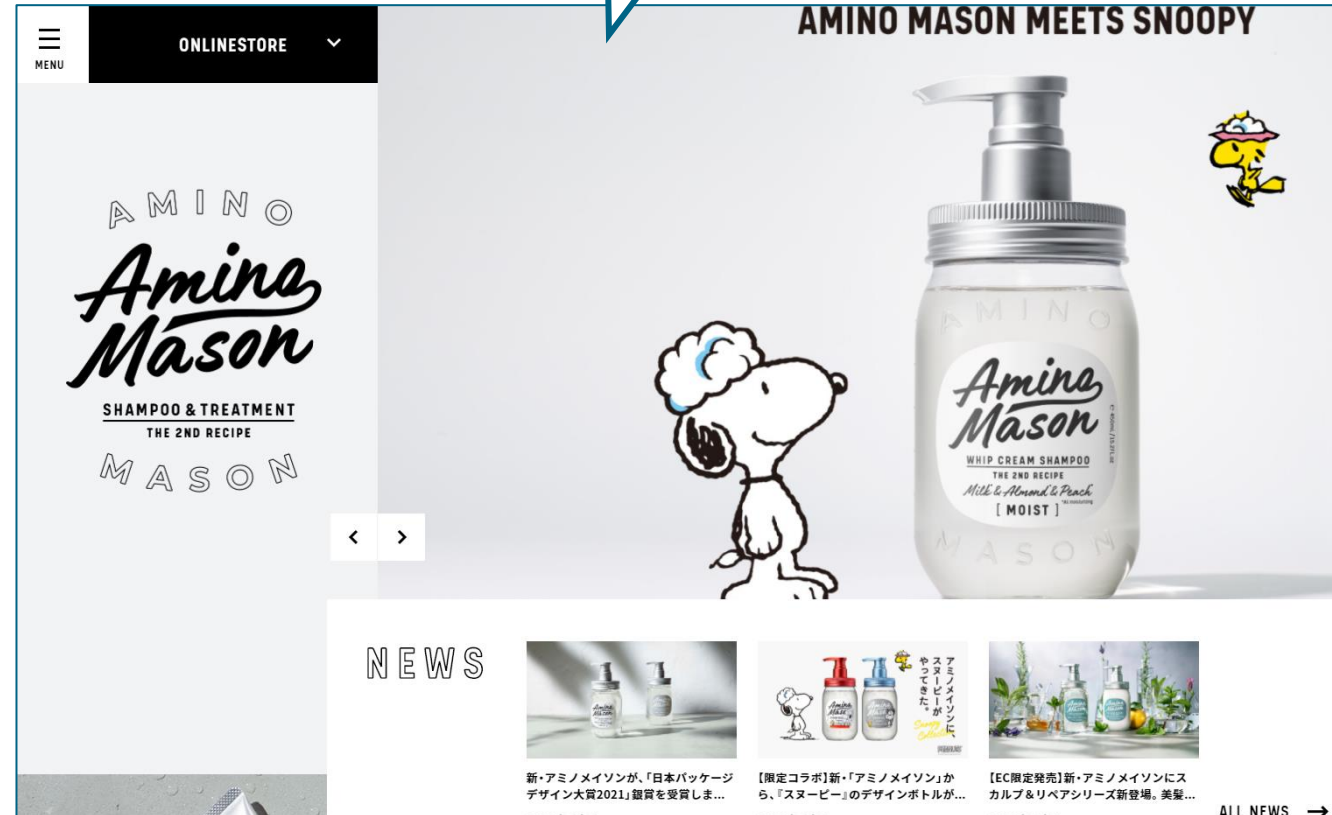
- Vsaka podstran naj zgleda kot del celote. Oblikovanje in postavitve naj se ne spreminja iz ene na drugo podstran.

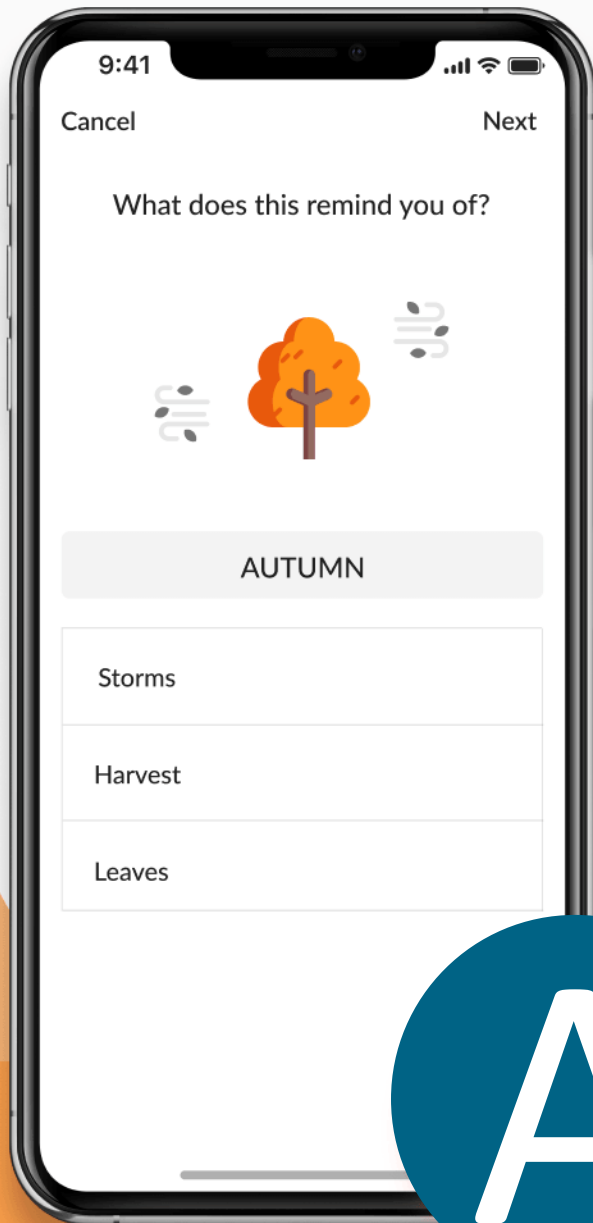


Komponente oblikovanja

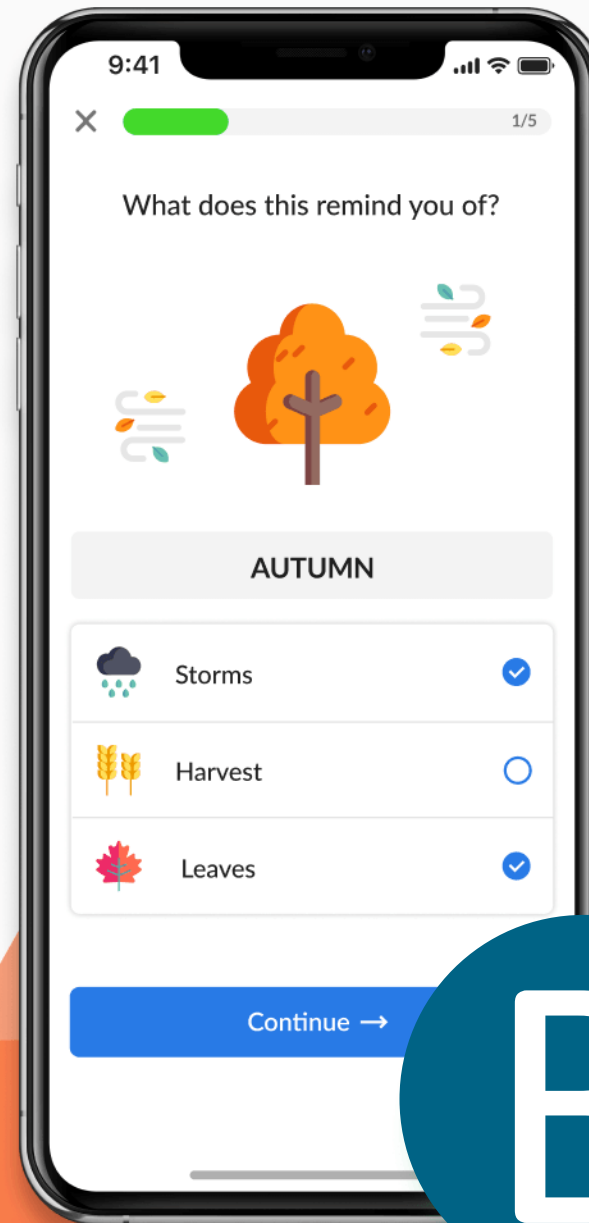
- **Postavitev** in **kompozicija** – kako se elementi razporejajo na strani in koliko razmaka je med njimi.
- **Barve** in **teksture** – naj delijo dele spletne strani (naslove, povezave, vsebino..
- **Tipografija** – uporaba različnih stilov pisav s katerimi ponovno ločimo različne semantične dele.
- **Grafika** – ogromno slik, ali nič slik, vseeno. Naj odraža vsebino.

[Več
odličnih
primerov](#)





A



B

Ne oblikujemo zaradi lepega



Uporabniški vmesnik

- Fokus na oblikovanju zaradi lepega izgleda.
- Poskrbimo za preglednost, berljivost in izgled vsebine; ter za smiselnost barv, postavitve, tipografije in grafike.
- Rezultat = produkt lep na izgled.

Uporabniška izkušnja

- Fokus na oblikovanju zaradi enostavne in prijetne uporabe.
- Poskrbimo za jasnost, prijetnost in enostavnost uporabe.
- Rezultat = zadovoljni uporabniki, ki se vračajo k uporabi našega produkta.

Uporabniška izkušnja – UX



- **Uporabniška izkušnja** (angl. *user experience* oz. *UX*) je celovita izkušnja pri uporabi določene produkta (oz. spletne strani).
- Izgled in delovanje produkta prilagodimo tako, da zadosti potrebam in željam uporabnika.
- Rezultat prilagoditve glede na uporabniško izkušnjo je spletna stran (oz. produkt), ki ga uporabniki radi uporabljajo.
 - Bolj je po željah uporabnikov, bolj pogosto bodo naš produkt uporabljali in več bomo imeli rednih uporabnikov.

Kaj se zgodi, ko imamo slab UX

Kar dosti se dogaja na strani. Kje naj začnem?

Dva dela za zaključna dela? Zakaj?!



FERI
Fakulteta za elektrotehniko,
računalništvo in informatiko

OBVESTILA

AIPS

EŠTUDIJ

URNIKI

IKT STORITVE

KNJIŽNICA

ENGLISH

O NAS

ŠTUDIJ

RAZISKOVANJE


AKADEMIJA FERI

KONTAKTI

NOVICE



ARTEMIS: SREČANJE Z AMERIŠKIM ASTRONAVTOM RANDYJEM BRESNIKOM
FERI, predavalnica Delta, 24. 10. 2024, ob 12.00



POGOVOR Z AMERIŠKIM ASTRONAVTOM RANDYJEM BRESNIKOM

Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko (FERI) v sodelovanju z Veleposlaništvom ZDA v Mariboru in raziskovalce in širšo javnost na pogovor z ameriškim astronautom Randyjem Bresnikom, ki bo v četrtek, 24. oktobra 2024, ob 12. uri na FERI-ju.

[PREBERI VEČ](#)

ŠTUDENSKA MOBILNOST CEEPUS ZA ŠTUDENTKE IN ŠTUDENTE INFORMATIKE IN RAČUNALNIŠTVA

lyteka se rok za prijavo za študentske mobilnosti v sklopu programa CEEPUS - mreža HU-0019-2425 (*International Cooperation in Computer Science*).

[PREBERI VEČ](#)

OBVESTILA ZA ŠTUDENTE

POTRDILO O UVRSTITVI MED NAJBOLJŠIH 5% ŠTUDENTOV V GENERACIJI

Obveščamo vas, da lahko potrdilo o uvrstitvi med najboljših 5% študentov v generaciji, dvignete med uradnimi urami referata (vsak delovnik od 11. do 13. ure), na okencu.

ZAGOVORI ZAKLJUČNIH DEL

KORDEŽ JAKOB: NAPREDNEJŠI ODDALJEN DOSTOP IN NADZOR INSTRUMENTOV PODJETJA METREL
15. 10. 2024 ob 09:00 v G3-laboratorij Ada-1.nadstropje

ROTER NACE: RAZVOJ VISOKONAPETOSTNEGA BATERIJSKEGA SKLOPA ZA ELEKTRIČNI DIRKALNIK FORMULA STUDENT
16. 10. 2024 ob 09:00 v G3-amfiteater Gauss-klet

TOMINC TOMI: TRIOSNI VISOKO OBČUTLJIV MAGNETOMETER S STANDARDNIM KOMUNIKACIJSKIM VMESNIKOM
22. 10. 2024 ob 08:00 v G3-laboratorij Ada-1.nadstropje

ZADNJA ZAKLJUČNA DELA

14. 10. 2024
[Hladilnica in zorišnica za goveje meso - dry.ager](#)

14. 10. 2024
[Integracija umetne inteligence v marketing: psihološki uvidi v vedenje potrošnikov in etična vprašanja](#)

14. 10. 2024
[Asinhrono sledenje KUKA robota točkam na obračalni mizi](#)

14. 10. 2024
[Od znamčenja do oblikovanja celostne grafične podobe na primeru neobstoječega podjetja](#)

14. 10. 2024
[Laserski vir z nastavljivo valovno dolžino za branje optičnih](#)

AKTUALNO




AKADEMIJA FERI



SPLETNA STRAN NAMENJENA DIJAKOM, KI ZELJO IZVEDETI VEČ O ŠTUDIJU

PRIDI-NA-FERI.SI

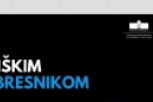


PRAKTIČNO USPOSABLJANJE



DOBIM SLUŽBO

DOGODKI



ARTEMIS: SREČANJE Z AMERIŠKIM ASTRONAVTOM RANDYJEM BRESNIKOM
FERI, predavalnica Delta, 24. 10. 2024, ob 12.00

Več menijev? Kateri je pravi in v katerem najdem to kar iščem?

Zakaj se ta del imenuje 'AKTUALNO'?

So to povezave ali le logotipi?



Dobra uporabniška izkušnja

- Glavna značilnost dobre uporabniške izkušnje je:
Uporabnik povprečenih (ali celo podpovprečnih) zmožnosti in izkušenj lahko brez večjih naporov spletno stran (oz. produkt) uporablja.
- Pet dobrih lastnosti dobre uporabniške izkušnje:
 - **Zaželenost** – uporabniki si tak produkt želijo.
 - **Uporabnost** – uporabniki vidijo korist v takem produktu.
 - **Naučljivost** – uporabniki se lahko naučijo uporabljati produkt.
 - **Nepozabnost** – uporabnikom ni potrebno učenje produkta vedno znova.
 - **Efektivnost** – produkt izpolni pričakovanja uporabnika.

Oblikovanje za dobro UX

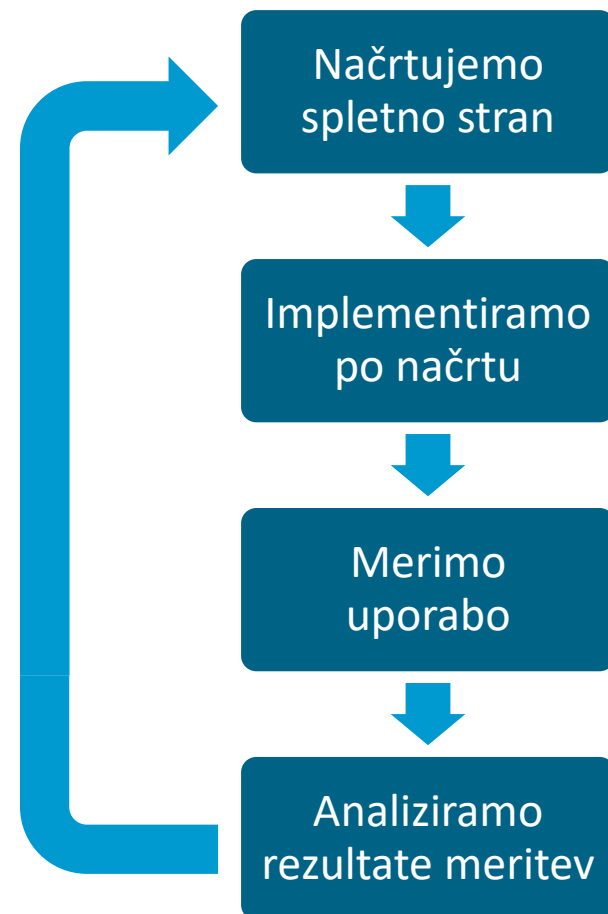


- Ocena, če je uporabniški vmesnik lep ali ne, je enostavna. Preprosto vprašamo tistega, ki ima glavno besedo pri tem.
 - Mi, razvijalci; naročnik; uporabnik.
- Kako pa ocenimo, če ima naša spletna stran dober UX? Če bomo o tem vprašali uporabnika ne bomo dobili vedno pravega odgovora.
 - Uporabniki ne vedo kaj si želijo.
 - Uporabniki nimajo prave predstave o UX produkta.
 - Uporabniki nimajo prave primerjave (npr. konkurenčne spletne strani).

Neskončen proces do izboljšanja UX



- Identificiramo ključne aktivnosti in se osredotočimo na te.
 - Primer: nakup izdelka, iskanje informacij odpiralnem času, iskanje pomoči glede tega kako si ponastaviti geslo, najti informacije o naslednjih koncertih...
- Za vsako aktivnost naredimo meritve:
 - Delež uspeha naloge ,
 - Čas za končanje naloge,
 - Delež napak pri nalogi,
 - Delež zadrževanja,
 - Zadovoljstvo, ...

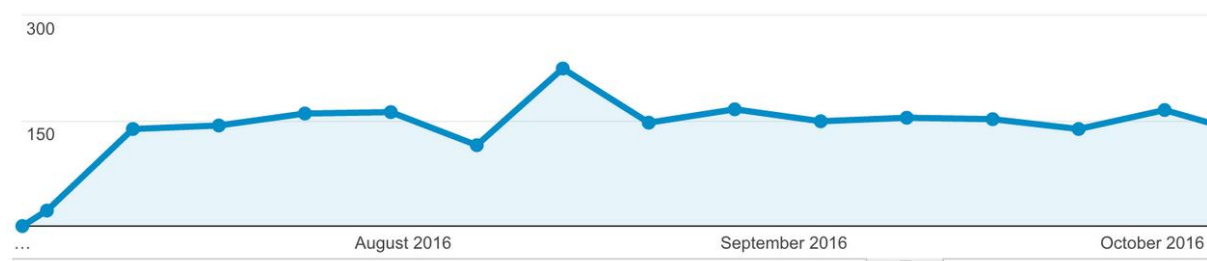


Merjenje na daljavo



- Avtomatsko merjenje določenih aktivnosti na spletni strani z **analitičnimi orodji**.

- Primer: Google Analytics



- Merjenje premikov miške – merimo le kje najpogosteje klikajo in z miško “iščejo” povezave.

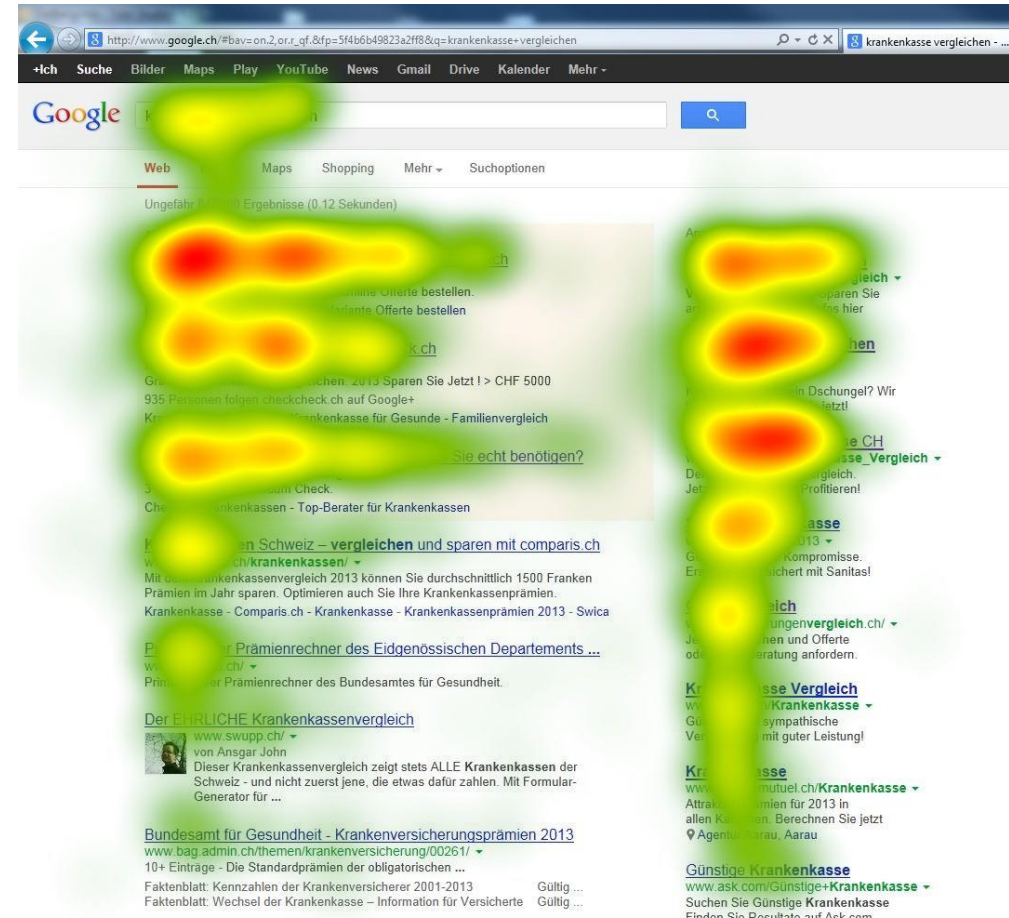
- Zelo nezaželeno.



Merjenje v živo



- Pri tem rabimo **fokusno skupino** – ljudi, ki predstavljajo naše tipične in najpomembnejše uporabnike.
 - Pri tem si pomagamo z Google Analytics.
- Pri interakciji z našim produktom jih **opazujemo** in jim **postavljamo vprašanja** (ustno ali pisno, ter sproti ali koncu).
- Opazovanje je lahko tudi avtomatsko s sledenjem gibanja oči ali merjenjem možganske aktivnosti (EEG).



Temni vzorci

Diplomsko delo in članek študentke Elene Osrajnik




- **Temni vzorci** (angl. *dark patterns*) so uporabniški vmesniki oblikovani tako, da načrtno zavajajo uporabnika pri sprejemanju določenih odločitev.
- Vzorci izkoriščajo kognitivne pristranskosti, s čimer spodbujajo uporabnike k nakupu nepotrebnih izdelkov ali storitev ter razkrivanju osebnih informacij.
 - S kognitivnimi pristranskostmi oblikovalci vplivajo na nezavedne odločitve potrošnikov in na njihovo nakupno vedenje, pri čemer izkoriščajo hevristični način mišljenja.

Tipi temnih vzorcev

Diplomsko delo in članek študentke Elene Osrajnik



- **Prikriti vzorci** – skrijejo ključne informacije, zaradi katerih bi uporabnik najverjetneje ravnal drugače ali nasprotoval določenim dejanjem.
- **Vzorci nujnosti** – vsiljujejo skrajni rok prodaje izdelka ali storitve, s čimer pospešujejo uporabnikov proces odločanja in posledično nakupa.
- **Vzorci napačnega informiranja** – ugrabljajo slikovno gradivo, besedilo in emocije za preusmeritev uporabnikov od njihove prvotne odločitve.

	Whamisa Organic Flowers bogat losjon 20 ml	€ 7,00 € 5,25
Whamisa Organic Flowers bogat losjon		
1 izdelek		€ 5,25
Predvideni stroški dostave za državo: Slovenija		€ 3,90
Skupna vsota		€ 9,15

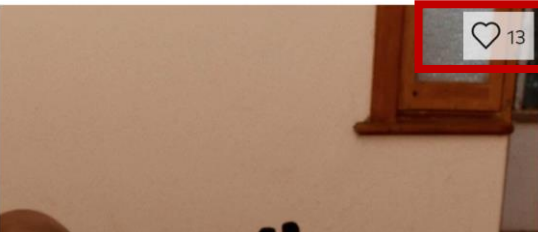

Furnitura praznuje 10 LET: DNEVI BREZPLAČNIH DOSTAV
Samo še 8 dni : 10 ur : 55 min : 9 sek

Salon pohištva | PON - PET | 8:00 - 16:00 | prodaja@salonpohistva.si | Akcijska ponudba | Novosti | Moj račun | Blog | Prijava



Priljubljeni outfiti

Trenutno povpraševanje pri drugih uporabnikih

Tipi temnih vzorcev

Diplomsko delo in članek študentke Elene Osrajnik



- **Vzorci socialnega dokaza** – zavajajo uporabnike k nakupu določenega izdelka zaradi socialnega pritiska drugih potrošnikov.
- **Vzorci pomanjkanja** – opozarjajo na omejeno zalogo ali veliko povpraševanje po produktu, s čimer se poveča njegova zaznavna vrednost in zaželenost.
- **Vzorci oviranja** – naredijo določena dejanja zahtevnejša, kot dejansko so, z namenom odvrnitve uporabnikov od izvajanja tega dejanja.
- **Vzorci prisilnih dejanj** – zahtevajo od uporabnikov dodatna in izrazita dejanja, da lahko dokončajo neko nalogo.

The screenshot displays a product page for 'Earbuds brezžične Bluetooth slu "NeroBuds" s prenosno polnilno mat črne'. It features a star rating and a notification that 26 users are viewing the item. A price table shows a discount from 79.90 € to 34.99 €. To the right, two other products are shown with their respective prices and 'Add to cart' buttons. At the bottom, a progress bar for the checkout process is visible, along with a scarcity message: 'Po nekaterih izdelkih je povpraševanje! Prijavite se, preden bodo razprodani.'

Proizvod	Prvotna cena	Prihranek	Cena
Earbuds brezžične Bluetooth slu "NeroBuds" s prenosno polnilno mat črne	79.90 €	44.91 €	34.99 €

Proizvod	Prvotna cena	Cena
Nerf avtomobilski set Nitro Flashfury Chaos	49.99 €	28,90 €
Mustang 4027 moške superge	59.95 €	45 €

Na voljo še 8 kosov **Na volje je le še 1 kos**

ABOUT YOU Pomoč

datki Tvoji načini plačila

Tvoje naročilo

Po nekaterih izdelkih je povpraševanje! Prijavite se, preden bodo razprodani.

Spletni iskalniki (angl. *web search engine*)



- Je spletna stran s katero lahko iščemo spletne strani.
 - Google, DuckDuckGo, Bing, Yahoo, Baidu, Yandex...
- Spletni iskalniki se razlikujejo od spletnih imenikov.
 - V **spletne imenike** se spletne strani vnesejo ročno (največkrat to storijo lastniki spletnih strani).
 - **Spletni iskalniki** sami pregledajo in vnesejo spletne strani v svojo zbirko.
 - Ne zamenjajmo z brskalnikom!
- Cilj iskalnika je, da uporabniku vrne najbolj relevantne rezultate (spletne strani) glede na vpisan iskalni niz.

Arhitektura spletnih iskalnikov

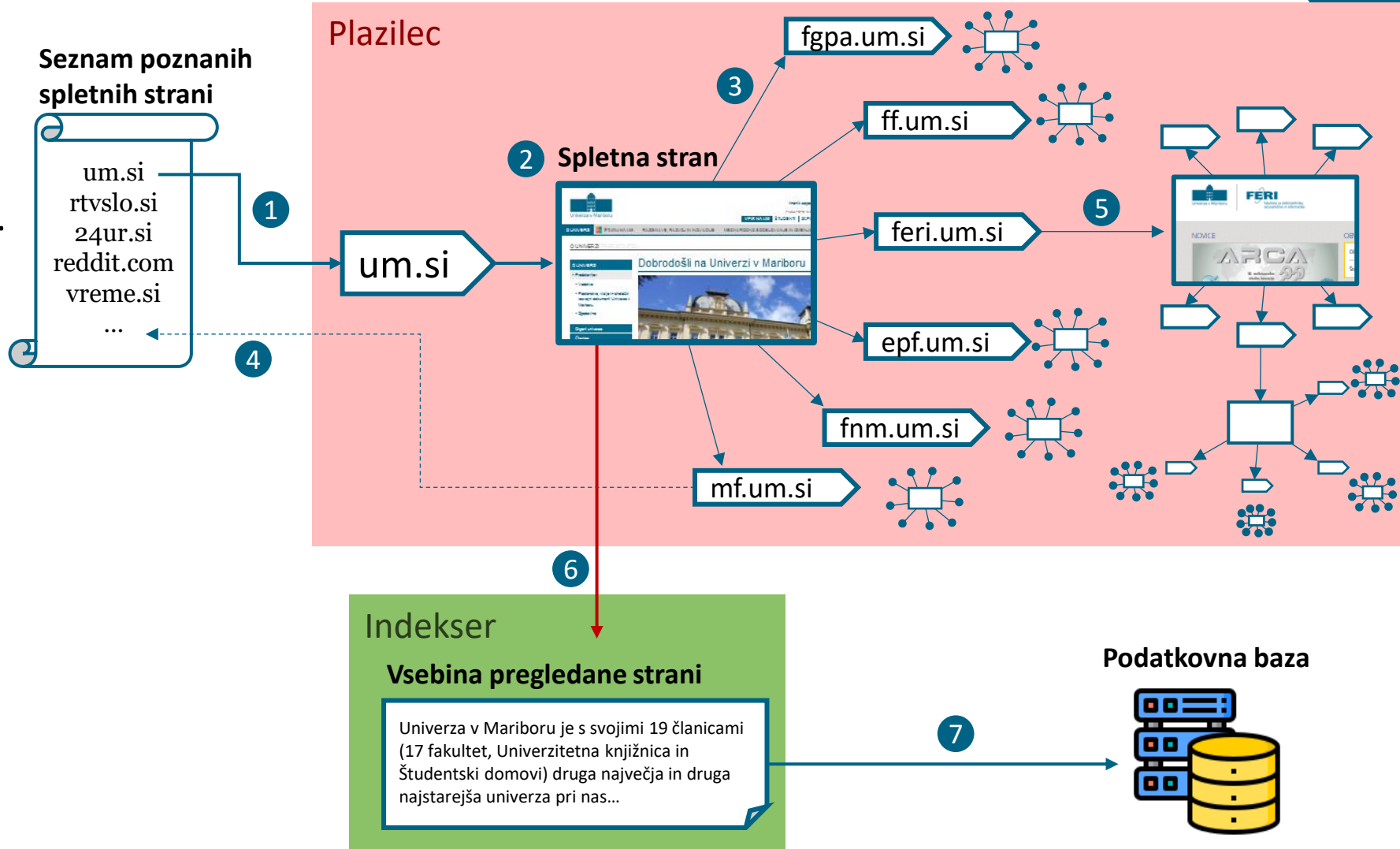


- **Plazilec** ali **pajek** (angl. *crawler*) – program, ki avtomatsko sledi vsem povezavam na spletni strani.
- **Indekser** (angl. *indexer*) – program, ki analizira vsebino spletnih strani, pridobljenih z uporabo plazilca, ter shrani pregledane strani v bazo.
- **Podatkovna baza** (angl. *database*) – podatkovna shramba za pregledane spletne strani.
- **Pogon rezultatov** (angl. *results engine*) – pogon za ekstrakcijo iskalnih rezultatov iz podatkovne baze.
 - Ključnega pomena je razvrščanje (rangiranje) zadetkov od najbolj do najmanj relevantnih.

Delovanje iskalnika – zbiranje podatkov



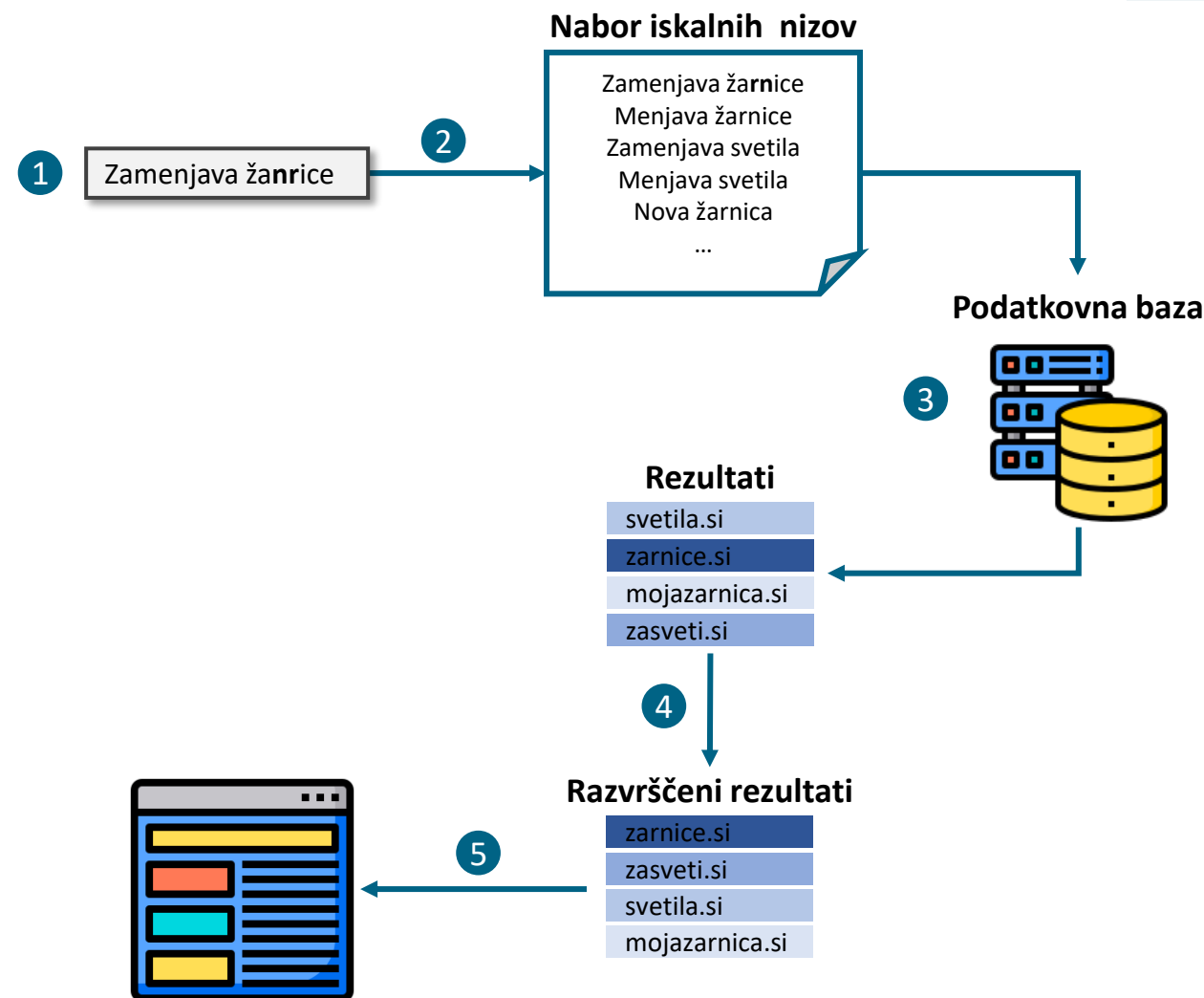
1. Plazilec začne s pregledom spletnih strani iz seznama že poznanih strani.
2. Obišče spletno stran na naslovu.
3. Izlušči vse povezave iz te strani.
4. Vse najdene povezave doda na konec seznama strani, ki jih je potrebno pregledati.
5. Ponavlja korake 2-4: pregleda vse strani najdenih povezav. To nadaljuje dokler ne pregleda vseh novih povezav.
6. Vsebino pa pregleda indeks.
7. Indeks na spletno stran očisti slik in oblikovanja in jo shrani v podatkovno bazo.



Delovanje iskalnika – prikaz rezultatov



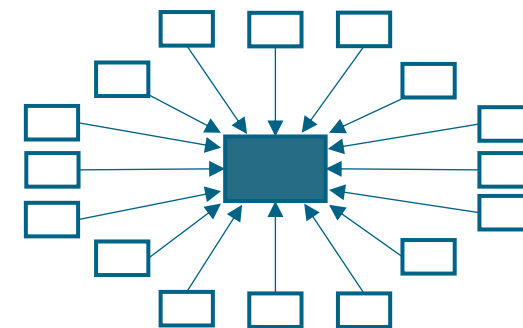
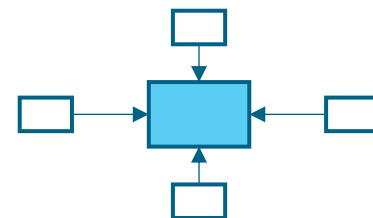
1. Uporabnik vpiše iskalni niz.
2. Iskalni niz se uredi (popravi napake, poišče sopomenke...).
3. V podatkovni bazi se poiščejo rezultati, ki ustrezajo iskalnemu nizu.
4. Rezultate se razvrstijo glede na relevantnost.
5. Rezultati se prikažejo uporabniku.



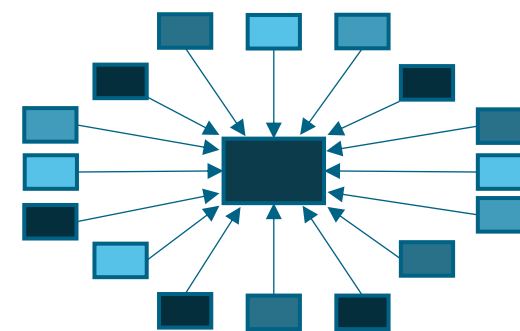
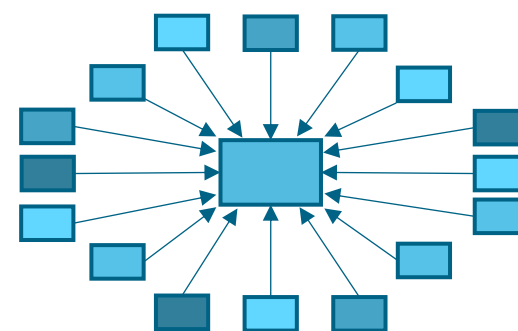
Razvrščanje rezultatov



- **Zunanje metrike** (angl. *off-site*)
Te povedo kako se naša stran umešča v svetovnem spletu.
 - Boljši **ugled** ima spletna stran, višje bo rangirana. In obratno, slabši sloves ima, nižje bo rangirana.
 - *Kako pa prepoznamo ugled strani?*
S številom povezav, ki kažejo na njo.
 - Vse povezave niso enakovredne. Tiste iz bolj uglednih strani štejejo več.



Slabši ugled  Boljši ugled



Razvrščanje rezultatov



- **Notranje metrike** (angl. *on-site*) – te povedo kako dobro je naša stran sestavljena in predstavlja določen pojem (iskalni niz).
- Iskalniki preferirajo dobro sestavljene strani z jasno vsebino – preferirajo spletne strani, ki poskrbijo za **dobro uporabniško izkušnjo**.
- Ampak, spletni iskalnik vidi le HTML kodo spletne strani, ne pa izgled te.
- Razvijalci iskalnikov ne izdajo kako točno rangirajo spletne strani glede na vsebino in oblikovanje strani. Tudi, če se to odkrije, se algoritem rangiranja ves čas prilagaja in spreminja.
 - Včasih, ko je najpomembnejša metrika bila število povezav na spletno stran, so se gradile fiktivne spletne strani s povezavami na prave strani – le z namenom, da bi se spletne strani na katere kažejo fiktivne strani, dvignile po rangi.

Želja po čim višji uvrstitvi v rezultatih



- Glavni poslovni model iskalnikov je zaslužek z reklamami. Reklame pa so skrite v zadetke.

- **Sponzorirani zadetki** – za uvrstitev v te zadetke je potrebno plačati.

- **Organski zadetki** – dejanski rezultati iskalnega niza.

The screenshot shows a Google search for "študij informatike". The search bar is at the top with the Google logo. Below the search bar, there are filters for "Vse", "Slike", "Zemljevidi", "Videoposnetki", "Novice", "Več", "Nastavitve", and "Orodja". The search results are displayed in a list format. The first result is a sponsored advertisement from GEA College, titled "2-letni študij Informatike - Prijavi se na info dan 14. 10.". The second result is another sponsored advertisement from VSPV, titled "Diplomirani informatik - Dodiplomski študij". The third result is a sponsored advertisement from Abitura, titled "Študiraj informatiko - Višješolski strokovni program". The fourth result is a sponsored advertisement from Academia, titled "Višja strokovna šola Academia - Možnost študija od doma". The fifth result is an organic search result from Doba, titled "Dobin višješolski študijski program Informatika - Doba". The sixth result is another organic search result from B2, titled "Inženir informatike - Višja šola | B2".

Google študij informatike

Vse Slike Zemljevidi Videoposnetki Novice Več Nastavitve Orodja

Približno 1.550.000 rez. (0,54 sek.)

Oglas · www.gea-college.si/studij/informatika · 080 1120
2-letni študij Informatike - Prijavi se na info dan 14. 10.
Pridobi informacije o študiju na GEA College. Oddaj prijavo in si zagotovi mesto. Študij nudi napredna znanja na področju informacijskih tehnologij v poslovnem okolju. 6 študijskih smeri. Ustvari uspešno kariero. Možnost e-študija. Info dan 20. avgust. Priznani predavatelji.

Oglas · www.vspv.si/ ·
Diplomirani informatik - Dodiplomski študij
Visoka šola - poslovni program Preverite predmetnik! Ekskluzivni programi. Osebn pristop. Najbolj prijazna šola. B2 kakovost.
Dodiplomski študij · Podiplomski študij · Mednarodno sodelovanje

Oglas · www.abitura.si/informatika · (03) 428 55 32
Študiraj informatiko - Višješolski strokovni program
Postani inženir informatike. Vpiši se v program Informatika na Abituri.
Prijavni roki · Pogoji in razpis za vpis · Alumni klub

Oglas · www.academia.si/višja-šola/academia · (02) 228 35 35
Višja strokovna šola Academia - Možnost študija od doma
Preverite pestro izbiro 2-letnih študijskih programov na višji strokovni šoli Academia.

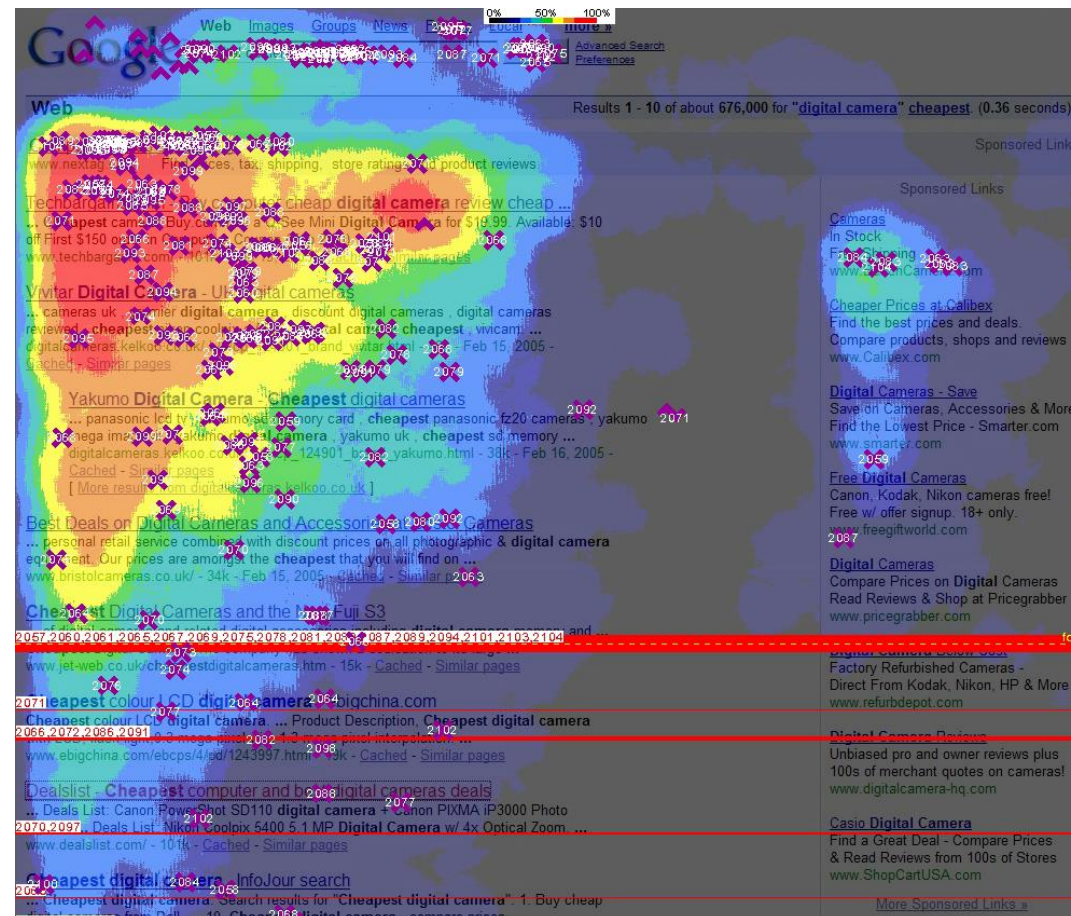
www.doba.si · kombinirana-studijska-pot · informatika ·
Dobin višješolski študijski program Informatika - Doba
Kombinirana študijska pot Informator združuje najboljše iz klasičnega in online študija ter vas bo usposobila za obvladovanje inovativnih tehnologij, načrtovanje ...
Informatika: 2.048,00 Študijski program: Plačilo v enkratnem zn...

www.b2.eu · študijski-programi · inženir-informatike ·
Inženir informatike - Višja šola | B2
Inženir informatike. Študij Informatike vam bo dal odlično osnovo za različna področja informatike in vas usposobil za opravljanje pomembnih nalog v IT-ju.

Želja po čim višji uvrstitvi v rezultatih



- Želja po čim višji uvrstitvi v organskih rezultatih. *Zakaj?*
- Kam gledajo (in kliknejo) uporabniki?
 - 85% jih klikne na organske zadetke.
 - 72% jih klikne na prvi zadetek.
 - 25% najprej prebere seznam zadetkov, nato klikne povezavo.



Optimiziranje za iskalnike



- **Search engine optimization** oz. **SEO** – prirojitev vsebine in oblikovanja spletne strani na tak način, da jo iskalnik uvrsti čim višje med rezultati.

Dobre prakse

- Spletna stran naj bo brez napak (slovničnih in tehničnih v HTML).
- Glava naj vsebuje `<title>` in element `<meta>` s ključnimi besedami in opisom.

```
<head>  
<title>Medijske komunikacije - UM FERİ</title>  
<meta name="description"  
      content="Študijski program Medijske  
      komunikacije na UM FERİ izobražuje  
      kakovosten in strokoven kader s širokim  
      interdisciplinarnim znanjem. Dobrodošli  
      pri nas!" />  
</head>
```

medijske.um.si ▾ [Translate this page](#)

Medijske komunikacije - UM FERİ

Študijski program **Medijske komunikacije** na UM FERİ izobražuje kakovosten in strokoven kader s širokim interdisciplinarnim znanjem. Dobrodošli pri nas!

Optimiziranje za iskalnike – dobre prakse



[Googlova
navodila](#)

- Elementi `` naj vsebujejo atribut `alt`, v katerem naj je opis slike.

```

```

- Opisno poimenovanje datotek.
 - Napaka: stran1.html, slika7.jpg; Prav: prodaja.html, feri_logo.jpg
- Povezave in naslovi naj vsebujejo deskriptiven ampak kompakten opis.
 - Napaka: [naprej](#); Prav: [naprej na izdelek](#)
- Strani naj vsebujejo naslovne elemente `<h1>...<h6>`.
 - Naj bo le en `<h1>` na stran.
- Že domača stran (index.html) naj vsebuje opis in nekaj ključnih besed in besednih zvez.
 - Tudi na podstrane naj se ključne besede pojavljajo.
 - Pretiravanje se ne splača – stran bo kaznovana. *Kdaj je dovolj?*

Upad iskalnikov?

[Povzetek
v novici](#)

- Izkušnje in [raziskave](#) kažejo, da je kakovost rezultatov na iskalnikih vedno slabša. Zakaj?

- Prevelika naravnost na zaslužek (na klikanje reklam)?
- Preveč SEO spama?
- Preveč AI nesmisla/spama?

[Kaj je to?](#)

- **Teorija mrtvega interneta** – večina interneta je fake ali pod nadzorom.

- Večji del vsebine in interakcije na internetu je zaradi botov (AI).
- Strah pred nadzorom ali napadi.
- Ljudje minimalno prispevajo.

Vplivata na

ars TECHNICA

JUST WAIT UNTIL MORE AI SITES ARRIVE

Google search is losing the fight with SEO spam, study says

Study finds "search engines seem to lose the cat-and-mouse game that is SEO spam."

RON AMADEO – 19. JAN. 2024 19:51



→ Credit: NurPhoto / Getty Images