

**Комитет общего и профессионального образования
Ленинградской области**

Ленинградский областной институт развития образования

**Учебно-методическое пособие
«Создание образовательных ресурсов в сети Интернет»**

Санкт-Петербург
2002

Горюнова М.А., Клименков А.Г.

Учебно-методическое пособие «Создание образовательных ресурсов в сети Интернет»

Пособие написано для тьюторов районных центров ИТ, а также работников образования, готовых использовать преимущества новых информационных технологий непосредственно в рамках своей деятельности и имеющих навыки работы в WYSIWYG редакторах, представление о гипертексте и принципах HTML-кодирования.

Поэтому в нём делается упор на **общие приемы и технические средства** правильной подачи информации при разработке образовательного ресурса Интернет, т.е. на качественную сторону работы над сайтом.

Содержание:

<u>ВВЕДЕНИЕ.....</u>	
<u>О ПОНЯТИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО РЕСУРСА ИНТЕРНЕТ.....</u>	
<u>ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ.....</u>	
<u>КАК НАЧИНАТЬ РАБОТУ НАД САЙТОМ.....</u>	
<u>СТРУКТУРА СТРАНИЦЫ.....</u>	
<u>ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ГИПЕРТЕКСТА ДЛЯ ИНТЕРНЕТА.....</u>	
<u>ОСОБЕННОСТИ WEB-ГРАФИКИ.....</u>	
<u>АСПЕКТЫ ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТРАНИЦ.....</u>	
<u>РАБОТА НАД САЙТОМ.....</u>	
<u>ПРАВИЛА ВЕРСТКИ.....</u>	
<u>ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ ПРИ СТРУКТУРИРОВАНИИ САЙТА.....</u>	
<u>БАЗОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ САЙТА.....</u>	
<u>О ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СЕРВИСАХ.....</u>	
<u>ХОСТИНГ.....</u>	
<u>ДОМЕННОЕ ИМЯ САЙТА.....</u>	
<u>ПРИЕМЫ РАСКРУТКИ САЙТА.....</u>	
<u>ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ШКОЛЬНОГО САЙТА.....</u>	
<u>ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ.....</u>	
<i>Создание научно-популярного сайта.....</i>	
<i>Создание сайта образовательного учреждения.....</i>	
<u>Приложения:.....</u>	
<i>Образовательные ресурсы сети Интернет.....</i>	
<i>Интернет-ресурсы для web-мастера.....</i>	
<i>Организация работы сети Интернет.....</i>	
<i>Краткая справка по HTML 4.0.....</i>	
<i>Краткая справка по таблицам стилей CSS.....</i>	
<i>Рекомендации по работе с Dreamweaver (DW).....</i>	
<u>Список литературы.....</u>	

Введение

Авторы ставили перед собой задачу создать пособие для тьюторов районных центров ИТ, а также тех работников образования, которые уже имеют навыки работы в WYSIWYG редакторах, представление о гипертексте и принципах HTML-кодирования и готовых использовать преимущества новых информационных технологий непосредственно в рамках своей деятельности.

В основе изложенной информации лежит большой собственный опыт в области создания образовательных ресурсов, и опыт работы со слушателями ЛОИРО.

В пособии даны рекомендации, которые могут быть полезны при создании образовательных ресурсов различного типа, например, в работе над сайтами

- различных учреждений образования, (<http://gimn-keg.narod.ru/> - сайт экономической гимназии, г. Кировск, Ленинградская область);
- авторских учебно-методических разработок, (<http://tur-bokuchava.narod.ru> - об авторском программно-методическом комплексе «Первые шаги в мире информатики» С.Н.Тур и Т.П.Бокучава, г. Выборг, Ленинградская область);
- конкретных разработок по предметам для уроков, (<http://zvnebo.narod.ru> - «Звёздное небо», учитель Орешкина Т.И, г. Гатчина, Ленинградская область);
- материалы, подготовленные учениками и учителями в телекоммуникационных образовательных проектах, (<http://eco-report.narod.ru/sosново> - отчёты об исследованиях Лапповой Ю.Л., Сосново, Ленинградская область);
- о самих учителях и их педагогическом опыте, (<http://kpolyakov.newmail.ru/> - сайт учителя школы №163 Санкт-Петербурга Константина Полякова).

Особое внимание отводится вопросам разработки сайта образовательного учреждения, поскольку эта тема наиболее актуальна в настоящее время для многих образовательных учреждений Ленинградской области.

В данном пособии не рассматриваются подробно конкретные технологии, будь то HTML, CSS или др. Упор делается на **общие приемы и технические средства** правильной подачи информации при разработке образовательного ресурса Интернета, т.е. на качественную сторону работы над сайтом.

Поэтому, при изложении материала авторы стремились сформулировать рекомендации так, чтобы при создании сайтов были учтены **качественные критерии**, определённые в рамках конкурса образовательных ресурсов Интернет «Образование в Рунете»:

- информативность и значимость для целей образования;
- удобство для пользователя;
- эффективность использования современных технологий.

В соответствии с этим, **задания**, предложенные в данном пособии, рассчитаны не на начинающего пользователя. Они ориентированы на представленные выше критерии создаваемых ресурсов и не предполагают пошаговых инструкций к выполнению.

В настоящее время при создании web-ресурсов активно используются специальные WYSIWYG редакторы, которые позволяют встраивать объекты, создавать формы, проверять ошибки HTML-кода и многое другое всего лишь нажатием нужной кнопки и заполнением нескольких полей диалогового окна. Однако, нередко WYSIWYG редактор в результате делает не то, что мы предполагаем, а то, что представляли авторы при разработке данной программы. Поэтому, чтобы добиться желаемого результата, необходимо разбираться в принципах HTML-кодирования.

В помощь читателям этой брошюры необходимая **справочная информация** по HTML, CSS и рекомендации по работе с web-редактором Dreamweaver 4.0 приводится в приложении. Там же Вы найдёте список ссылок на образовательные ресурсы Интернет и на дополнительные материалы по некоторым разделам. Список использованных источников информации также включает Интернет-ресурсы.

На сайте Ленинградского областного института развития образования (ЛОИРО) (<http://www.loiro.ru>) организована **поддержка** представленного пособия с большим количеством примеров и ссылок.

Надеемся, что данное пособие поможет вам правильно **оценить свои силы, определить стратегию и тактику** работы над сайтом и подскажет некоторые конкретные шаги создания качественного образовательного Интернет-ресурса.

О понятии образовательного ресурса Интернет.

Прежде чем говорить о приёмах и средствах создания, поясним понятие «образовательный ресурс Интернет».

Традиционно в рамках Интернета его трактуют очень широко. Например, на Всероссийский конкурс сетевых образовательных ресурсов «Образование в Рунете» (<http://konkurs.auditorium.ru>), проходящий под эгидой Министерства образования Российской Федерации, Института "Открытое общество" (Фонд Сороса) и ФИО принимались сайты, содержащие материалы:

- учреждений и организаций, которые реализуют образовательные программы для детей, юношества и молодежи, которые обеспечивают научно-методическое и информационное обеспечение системы образования, а также обеспечивающих научно-техническую и инновационную политику в сфере образования;
- в области гуманитарных, социально-экономических, точных и естественных наук, а также для учителей и школьников по школьным предметам;
- дистанционного обучения и тестирования, научно-образовательных конкурсов и Интернет-олимпиад;
- электронные библиотеки, каталоги, коллекции для целей образования, а также образовательная пресса;
- персональные сайты работников сферы образования.

Рекомендуемый список сетевых образовательных ресурсов, с которыми, с точки зрения авторов, следует познакомиться для получения представления о разных типах образовательных Интернет-ресурсов, приводится в приложении.

Обратите внимание на то, что представленные в этом списке ресурсы создавались разработчиками различного профессионального уровня при неодинаковой технической и финансовой поддержке. Наряду с сайтами, созданными энтузиастами, представлены работы, выполненные профессиональными дизайн-студиями.

Стремитесь к совершенству, но здраво оценивайте свои силы, планируя объем работ.

Об особенностях Интернет-ресурсов.

Поскольку мы говорим об образовательных ресурсах, эффективно функционирующих именно в сети Интернет, то наша задача - максимально реализовать потенциальные возможности Интернета с учётом существующих ограничений.

С одной стороны, **Интернет-ресурс** - это ресурс глобальной компьютерной сети, следовательно, имеется возможность передавать представленную в цифровом формате информацию на большие расстояния посредством сетевого оборудования. К сожалению, скорость передачи информации имеет физические ограничения, что влечёт за собой **ограничения на объём** передаваемых файлов.

Дизайнеры, создававшие мультимедийные обучающие программы на CD, впервые взявшиеся за создание сайтов, приходят в ужас от количества ограничений. Ведь если объём стандартного CD составляет от 600 до 750 Mb, что, например, позволяет записывать на него изображения размером больше 1 Mb, то объём одной картинке на странице сайта только в особых случаях может превышать 50 Kb.

Вместе с тем, развитая инфраструктура Интернет предоставляет такие **возможности**, как:

1. Охват широчайшей аудитории (не только российской, но и международной)
2. Оперативное обновление информации
3. Использование непосредственных ссылок на другие ресурсы Интернета.
4. Широкое распространение информации о существовании ресурса с помощью информационно-поисковых систем сети Интернет

Следует также подчеркнуть, что, говоря об образовательных ресурсах сети Интернет, мы имеем в виду веб-сайты (набор **гипертекстовых документов**), грамотное структурирование которых позволяет существенно повысить эффективность работы с информацией.

Поэтому:

1. Создание сетевых образовательных ресурсов требует особого технического и концептуального подхода. Способ их создания в корне отличается от технологии создания прочих образовательных ресурсов.
2. Любая информация, взятая из другого вида ресурса, должна быть соответствующим образом преобразована для включения ее в информационный образовательный ресурс сети Интернет.

Как начинать работу над сайтом

Начиная делать сайт, следует сразу же проектировать его структуру. Но, составлять структуру в отсутствии материалов, которые будут в ней размещаться - дело бессмысленное. Готовый материал обычно уже в должной мере структурирован. Если же при разработке структуры материала нет и предполагается дальнейшее наполнение, то вы можете столкнуться с ситуацией, когда некоторые разделы на вашем сайте будут состоять из одного-двух абзацев, а некоторые - из десятков, сотен страниц информации. Итак, **сначала создайте материалы для сайта, а потом преобразуйте их в структуру.**

Не повторяйте ошибку многих начинающих дизайнеров, **не начинайте разработку сайта с создания первой страницы.** Типичная ситуация, когда тщательно разрабатывается первая страница и она объявляется концепцией дизайна сайта. Бытует глубоко ошибочное мнение, что внутренние страницы делать легче. Это не так. **Начните разработку дизайна с внутренних страниц.** А потом уже преобразуйте стандартную внутреннюю страницу, внося в нее необходимые изменения, в первую страницу сайта. Откажитесь от идеи создания первой страницы с центральным рисунком и парой кнопок - она не несет никакой смысловой нагрузки и в большинстве случаев только раздражает пользователя. Помните то, что мы обсуждали выше: Интернет-старница - не мультимедийная программа, требующая заставки и не книжка, требующая обложки.

Разработайте навигацию сайта. Придумайте ее раз и навсегда. Не меняйте ее по сайту. Распространенная ошибка - на первой странице безумный коллаж, призванный символизировать идею вашего сайта, и разбросанные кнопки, а на второй - навигационная система резко меняется, заставляя пользователя заново разбираться в системе навигации.

Постарайтесь, чтобы физическая структура соответствовала логической структуре вашего сайта, т.е. названия файлов и каталогов отражали их содержание.

Структура страницы

Естественно, дать универсальные советы по выбору структуры страницы невозможно. Каждый сайт несет свою цель, которой подчиняется все - дизайн, графика, структура сайта и его отдельных страниц. Но важно не увлекаться и все время помнить о том, что страница должна быть удобна для пользователя.

- Сведите до необходимого минимума количество графики на странице. Скорее всего, вы создаете сайт, на который пользователь будет заходить за информацией, а не за сложной высокохудожественной графикой. Не все пользователи имеют выделенный доступ в Интернет. Необходимо всегда помнить о тех, кто выходит в сеть с помощью модема, и не заставлять его ждать загрузки вашей прекрасной графики в течение минуты (да он, скорее всего, и не будет дожидаться - уйдет на другой сайт).
- Если меню можно сделать текстовым способом, не стоит рисовать красивые кнопочки, которые увеличивают общий размер страницы.
- Самую важную информацию следует располагать в верхнем левом углу экрана, туда в первую очередь устремится взгляд посетителя. По той же причине, располагайте меню у левого края страницы. При этом старайтесь, чтобы все пункты меню поместились на один экран и не требовали прокрутки. Как можно ближе к левому верхнему углу неплохо расположить ссылку на главную страницу сайта и на верхний уровень иерархии по отношению к текущей странице.
- При формировании страницы не старайтесь заполнить ее полностью, не бойтесь пустот, они будут приятнее глазу, чем пёстрая графика, полностью заполнившая всю страницу.
- В некоторых случаях имеет смысл ограничить текст по ширине, оставив у краев страницы поля. Это можно сделать средствами CSS или поместив текст в таблицу с нулевой толщиной бордюра. Для небольших текстов оптимальная ширина колонки 500-600 пикселей, для статей - 400 (чтобы осталось место для маленькой колонки со ссылками и комментариями). При этом, не следует ограничивать большой текст (например, если на одной странице выложен текст целой книги).
- Имеет смысл указать внизу каждой страницы адрес электронной почты, а не выносить ее на отдельную страницу “контакты”. Тогда человеку, который сохранил любую страницу вашего сайта, не составит труда связаться с вашей организацией.

Особенности написания гипертекста для Интернета

Тексты, написанные для Интернета, имеют ряд особенностей, продиктованных специфичностью работы с ними. Статья, написанная для включения в журнал, не подходит для выкладывания на сайт и требует дополнительной обработки. Читать тексты с экрана компьютера сложнее, чем с листа, кроме того, всегда нужно помнить о том, что мы пишем не просто текст, а **гипертекст**, что также накладывает свои требования на порядок создания текста.

Для того, чтобы правильно писать тексты для Интернета, необходимо знать психологию их читателя, его мотивации и привычки. Их изучением занимается сравнительно новое исследовательское направление, которое называется **юзабилити (Usability)**. Один из самых известных ученых, проводящих исследования в этой области - **Якоб Нильсон** (<http://www.useit.com>). По результатам многочисленных опытов и опросов он вырабатывает рекомендации по правильному структурированию информации, предназначенной для сети Интернет. Некоторые из них мы приводим в этом издании.

Необходимо помнить, что **пользователь**, находясь в Интернете, не читает страницы подряд - вместо этого он лишь **просматривает** их, пытаясь обнаружить искомую информацию в нескольких предложениях или даже частях предложений. Просмотр текста страницы вместо чтения - норма поведения пользователей. Девиз пользователя: "Если информация не попадает на глаза сразу, значит ее нужно искать в другом источнике". Это нужно учитывать при написании любых информационных материалов, которые предназначены для чтения с экрана.

Еще один аспект поведения пользователей заключается в том, что пользователи терпеть не могут все, что похоже на рекламу или написано в рекламном стиле, - они предпочитают, чтобы **текст был сжатым и исключительно "по делу"**. Вот одна цитата из письма недовольного пользователя, приводимая Нильсоном:

"Когда я вас спрашиваю, поддерживает ли Sun старую версию Solaris, а вы мне отвечаете, что "Sun - ведущая операционная система в современном деловом мире...", - это не дает мне, инженеру, ни малейшего намека на технические возможности Sun. Черт возьми, почему бы тогда просто не выкрасить свой сайт в красный цвет и не написать "Компьютеры всего мира, объединяйтесь под флагом Sun"!"

При написании текста, помните, что визуальная разметка не повредит любому тексту. Ни в коем случае не пишите текст сплошным блоком, поделенным на абзацы, как вы это делаете при написании статей. Тег <P> не случайно оставляет промежуток между абзацами - это помогает пользователю быстрее найти нужную часть текста. Размер одного абзаца не должен превышать вертикального размера экрана. **Не пишите слишком больших текстов**, лучше поделите текст на логические части и вынесите каждую на отдельную страницу.

Вот *основные составляющие хорошего текста в Интернете*:

- тщательная сгруппированность информации;
- использование слов и понятий, знакомых и понятных читателю;
- правильное написание первых фраз абзацев;
- отведение каждой идее отдельного абзаца текста;
- правильное определение оптимального объема текста.

В структуре текста пользователям нравятся всевозможные оглавления и **стиль "перевернутой пирамиды"**, когда каждый новый уровень заголовков начинается чуть сдвинутым вправо относительно родительского уровня.

Помните, что **юмор и игровой стиль** делают сайт более привлекательным. Предпочтение пользователей отдается простому и неформальному стилю письма. Естественно, это не относится к научным и справочным материалам, но, любой автор учебника знает, что чем легче и веселее написан текст, тем популярнее будет этот учебник.

Пишущий должен формировать доверие к тексту сайта. Как можно чаще **ссылайтесь на источники информации**. Внешние ссылки также повышают доверие читателей к содержимому сайта.

На больших сайтах, состоящих из нескольких десятков страниц, имеет смысл разместить **поисковую систему**. Как бы хорошо ни была структурирована информация, пользователи все равно захотят воспользоваться поиском для получения быстрой справки по интересующей их информации, а не выискивать ее в дебрях сотен страниц с текстом. Нильсон выдвигает лозунг: "Хорошая поисковая машина - основа хорошего ресурса"

Графические элементы, не относящиеся к навигации сайта, используйте только,

если они дополняют текст. Не увлекайтесь всевозможными виньетками и украшениями - они уместны в томике стихов, но никак не на Интернет-странице.

Не увлекайтесь **пиктограммами**. Они либо должны быть интуитивно понятными - тогда они помогут пользователю в работе с сайтом, либо должны быть заменены или сопровождаемы текстовыми подписями. Если пользователю с первого взгляда не понятно, что означает какая-либо пиктограмма, то лучше отказаться от нее вовсе.

Грамотное использование гиперссылок - своего рода искусство. Никогда не ставьте пользователя в положение буриданова осла - что делать: идти по ссылке или читать дальше. Многие авторы любят превращать в ссылку целое предложение или даже абзац. Это грубейшее непонимание самого смысла гипертекста. Максимальный кусок текста, который может стать гиперссылкой - словосочетание. Причем примерное содержание того, что пользователь увидит, нажав на ссылку, должно быть очевидно для него уже по тексту ссылки.

Продумайте маршруты перемещения пользователя по сайту. Избегайте сложных и запутанных конструкций с перекрестными ссылками.

Нильсоном было выработано «правило двух ссылок». Оно гласит: “В пределах сайта кратчайшее расстояние между двумя узлами гипертекста не должно превышать двух переходов”. Старайтесь его соблюдать. Для этого очень полезно будет начертить для себя древо ссылок.

Ожидание загрузки чего-либо крайне нежелательно. Если на сайте есть **большие элементы** (графика, анимация и т.п.) - дайте пользователю **возможность выбрать, загружать их или не загружать**. Будьте уверены - 99 из 100 пользователей не станет ждать загрузки одной страницы больше 30 секунд. Они просто покинут ваш сайт, причем, навсегда. Одна страница, размер которой вместе с графикой превышает 50 Кб, уже считается большой.

Особенности web-графики.

Первым графическим форматом, использовавшимся в Internet, был XBM. Файл с изображением XBM был по сути программой на языке C, которая рисовала изображение (черно-белое). Сейчас XBM очень редко встречается в Internet, но по-прежнему поддерживается в браузерах.

В современном Интернете есть два основных формата, в которых хранится подавляющее большинство графических изображений: GIF и JPEG.

GIF (Graphics Interchange Format) - разработан в 1987 году для быстрого обмена графическими изображениями в сети CompuServe. Он содержит в своей структуре алгоритм упаковки данных, почти не уступающий по эффективности программам-архиваторам. Это снискало ему большую популярность. По степени сжатия он уступает только формату JPEG (от названия организации Joint Photographic Experts Group). Но если JPEG достигает большого уровня сжатия за счет потерь качества изображения, то GIF сохраняет всю информацию без потерь. При этом, следует заметить, что JPEG позволяет хранить полноцветные изображения с 16 миллионами цветов (true color), а GIF довольствуется 256-цветовой палитрой.

Формат JPEG обычно используется для хранения фотографических изображений с плавными полутонами, где снижение качества практически незаметно. Формат GIF применяют для хранения изображений, где участвуют большие плоскости ровного цвета, четкие линии и границы. Обычно это искусственные изображения, созданные с помощью компьютера - логотипы, тексты, заголовки. Если вы попытаетесь сохранить логотип с четкими границами в формате JPEG, он неминуемо будет выглядеть неряшливо и нечетко, на изображении появится мусор, размытые области и рябь. Фотография же, сохраненная в формате GIF, будет испорчена после втискивания в 256-цветовую палитру, плавная игра светотени заменится на четко ограниченные площади близких по тону, но все-таки разных цветов.

У формата GIF есть несколько дополнительных возможностей. Во-первых, он позволяет задавать количество цветов или размер палитры, используемой в изображении. Удаление из палитры ненужных цветов - очень эффективный способ снижения размера файла. Во-вторых, GIF позволяет вводить в изображение прозрачность (формат "GIF89a"). Эта возможность в полной мере была реализована с широким развитием Интернета и про-

грамм-броузеров. Один из цветов при создании рисунка объявляется прозрачным и при выводе изображения на экран вместо него выводится то, что расположено под картинкой (например, фон страницы). По сути, эта возможность позволяет создавать изображения произвольной (а не только прямоугольной) формы.

Еще одна возможность формата GIF89a - включение в него анимации. В один файл может быть записан ряд отдельных кадров-изображений, которые с заранее заданными промежутком времени и периодичностью сменяют друг-друга. Этой возможностью активно пользуются создатели рекламных баннеров.

Формат JPEG был разработан группой экспертов по фотографии под эгидой ISO - Международной организации по стандартам. Алгоритм сжатия формата JPEG ранее использовался на телевидении в схеме телевизионной трансляции США - NTSC. Он основан на ограниченности человеческого зрения и на сегодняшний день является одним из самых эффективных алгоритмов сжатия графической информации. Коэффициент его сжатия достигает 1:100. Он, в отличие от формата GIF, позволяет хранить изображения в true color. Однако, нужно помнить, что при повторном сохранении изображения в формате JPEG он повторно запускает алгоритм сжатия, что, естественно, ухудшает качество. Поэтому, всегда помните, что сохранять изображение в формате JPEG нужно только после его окончательной обработки.

Оба формата поддерживаются по умолчанию всеми броузерами и могут быть обработаны любым мало-мальски серьезным графическим редактором.

Существует и ещё один полноправный член сообщества графических форматов для глобальной компьютерной сети, хотя и менее популярный. Это формат – PNG (Portable Network Graphics). У него есть много своих «плюсов». Например, PNG поддерживает три типа изображений: цветное с глубиной 24 бита, 256 оттенков серого и цветное с глубиной 8 бит. Как и в GIF, 256 цветов изображения с глубиной 8 бит могут быть взяты из палитры, где их 16 млн. Но, поскольку в PNG нет четкого деления между этими типами, то в графический файл формата PNG записывается описание всей палитры, что позволяет гибко подстраиваться под реальное число цветов в изображении. К тому же, в PNG усовершенствован принцип альфа-канала, и по сравнению с GIF в нем уже не 2, а 254 уровня, что позволяет строить сложные многослойные изображения. Как и GIF, PNG поддерживает чересстрочную развертку. Но не все броузеры поддерживают PNG.

Аспекты графического оформления страниц.

Естественно, на страницах этого издания мы не сможем сформулировать азы дизайна, а тем более, привить нашим читателям вкус. Но, имеет смысл, сформулировать основные рекомендации по графическому оформлению страниц, которых следует придерживаться.

1. Никогда не пишите светлыми буквами по светлому фону и темными буквами по темному фону. Никакие изыски дизайна не стоят того, что ваши посетители не смогут прочитать текст вашей страницы, который написан голубыми буквами по желтому фону. Выбирайте цветовые схемы, которые не раздражают глаз и способствуют удобному и быстрому чтению. Подбирайте сочетаемые друг с другом цвета. Если вы сомневаетесь в собственных силах, воспользуйтесь готовыми цветовыми схемами, предлагаемыми большинством редакторов.

2. Не перегружайте дизайн большим количеством цветов. Наличие на вашей странице всех цветов радуги еще не сделает ее красивой. Выберите одну гамму, включающую оттенки 2-3 цветов и придерживайтесь ее при оформлении всех графических и текстовых элементов.

3. Если вы затрудняетесь с выбором цветовой гаммы оформления, используйте универсальный набор "Белый – Черный – Красный". Эти цвета сочетаются друг с другом при любых композиционных условиях.

4. Старайтесь не вставлять на страницу графический фон. В большинстве случаев он лишь затруднит чтение текста. Если без фона обойтись нельзя, то самый мелкий графический элемент изображения фона должен во много раз превышать размер одной буквы текста. Фон должен иметь низкую контрастность и плавные переходы между цветами.

5. Если вы все же используете фоновое изображение, поставьте такой фоновый цвет страницы, чтобы он примерно совпадал по тону и контрасту с фоновым рисунком.

6. Используйте только цвета из так называемого набора web-цветов (безопасной палитры). Только тогда вы можете быть полностью уверенными, что цветовая гамма вашей страницы верно отобразится во всех браузерах и на всех мониторах. Этого можно

достичь используя два одинаковых числа в записи каждого из трех цветовых каналов (например, цвет #СС6701 не будет верно отображаться в некоторых версиях браузеров, и будет автоматически приводиться к цвету #СС6600, который, в свою очередь, понимается любой программой одинаково). В последних версиях редактора Adobe Photoshop при выборе цвета есть возможность включить автоматическое отображение только web-цветов на цветовом поле.

7. Помните о том, что белый цвет фона стоит по умолчанию далеко не во всех браузерах. Если вы используете в дизайне страницы белый фон, не забывайте каждый раз прописывать его в коде страницы.

8. Не используйте больше двух шрифтов в оформлении страницы. Старайтесь, чтобы стиль шрифта соответствовал стилю и смыслу страницы.

9. Не прописывайте название конкретного шрифта в коде HTML. Совсем не обязательно, что у пользователя будет на компьютере тот шрифт, который вы насильно навязали ему, например, в файле стиля. Нередка ситуация, когда текст страницы становится полностью нечитаемым только из-за того, что ее автор стремился навязать пользователю свое шрифтовое оформление.

10. У всех изображений всегда прописывайте атрибуты "ширина" и "высота". Во-первых, это не позволит расплзтись структуре страницы во время загрузки, а во-вторых позволит сохранить структуру даже в том случае, когда у пользователя отключена графика.

11. Не увлекайтесь всякими графическими эффектами (java-апплетами, фильтрами, анимацией), если они не несут существенной смысловой нагрузки. Они мешают воспринимать текст страницы и замедляют ее загрузку. Кроме того, они в большинстве своём рассчитаны на один определенный браузер и не будут работать в других.

12. Не увлекайтесь графическими элементами с текстовой информацией. Любой текстовый заголовок, пункт меню и т.п. можно написать средствами HTML, а не включать его в страницу в виде картинки.

Исключение составляют те случаи, когда нужно отразить информацию, написанную русскими буквами, в рамках англоязычной версии, например, заголовок вашего сайта. Обычно у иностранных партнёров на компьютере не установлена кириллица, и этот текст будет представлен в виде бессмысленных знаков. В этой ситуации – единственное спасение, «зацементировать» русский текст в графике.

Работа над сайтом

Надёжнее всего создавать сайт в простом текстовом редакторе непосредственно в HTML-кодах. Значительно ускоряет эту работу использование визуального web-редактора, но будьте при этом осмотрительны. Страницы в Интернете просматриваются с помощью различных браузеров, в различных операционных системах и добиться, чтобы во всех случаях страница выглядела одинаково, картинки не разъехались в разные стороны, текст не переместился в другой угол страницы, можно только зная тонкости языка HTML. Визуальные HTML-редакторы в большинстве своем этих тонкостей не учитывают, поэтому пользоваться ими надо крайне аккуратно.

Один из лучших WYSIWYG-редакторов для работы над сайтом – DreamWeaver, продукт компании Macromedia. При создании страницы в DreamWeaver вы можете иметь полный контроль над HTML-кодом, поскольку он позволяет редактировать документ сразу в двух режимах – визуальном и в кодах.

У этого редактора много достоинств, в том числе, в рамках текущего сеанса работы можно отменить (“Undo”) даже те «шаги», которые были сделаны до сохранения файла.

Рекомендации по работе с этой программой приводятся в приложении.

В момент написания пособия существует возможность скачать 30-ти дневную версию программы на законных основаниях на сайте фирмы Macromedia.

Необходимы программы для работы с графикой. Для растровой графики чаще всего используется [Adobe Photoshop](#), а для векторной - [Corel Xara](#). Мощный инструмент для оптимизации web-ориентированной графики – Ulead Smart Saver Pro.

Помните, что нужно очень аккуратно относиться к **именам файлов и каталогов**. Подавляющее большинство серверов, составляющих Интернет, работает под управлением ОС Unix, FreeBSD и т.д., но никак не Windows (из-за ее крайне низкой надежности). В Windows регистр букв в названиях файлов и каталогов не имеет значения, т.е. Index.HTML и INDEX.html - это один и тот же файл, чего нельзя сказать о наименованиях файлов в ОС Unix. Поэтому, возьмите за правило всегда использовать в именах файлов, каталогов и расширениях *маленькие буквы* - так вы никогда не ошибетесь. Кстати, это еще один минус большинства визуальных HTML-редакторов, работающих под Windows. Они очень свободно обращаются с именами файлов и ссылками на них. Ну и, конечно же, *не пытайтесь использовать русские буквы* в названиях ваших файлов.

Правила верстки.

Дизайнер Ольга Павлова очень удачно сформулировала основные правила верстки HTML-текста, которые мы здесь приводим, сопровождая необходимыми пояснениями.

Использовать только <ЗАГЛАВНЫЕ БУКВЫ> в тегах.

Многие прогнозируют в скором времени переход всего Интернета на стандарт XML, где есть возможность придумывать свои тэги, задавая им значение. В таких условиях тэги, написанные в разных регистрах, будут различаться.

Использовать набор & и не использовать &<I>.

которые входят в стандарт HTML 4.0 только как “не рекомендуемые”. А это значит, что в следующей версии стандарта их не будет, и они оставлены только для совместимости со старыми версиями браузеров. HTML изначально задумывался как средство логической разметки текста, но, по воле web-мастеров, превратился в средство задания вида отображения текста. Сейчас все больше голосов склоняется к отделению логического содержания текста от его физического представления. После появления технологии CSS все визуальные настройки текста стали выносить в таблицы стилей.

Не лениться ставить символ неразрывного пробела и <NOBR>, особенно в гипертекстовых ссылках.

Очевидное правило, не нуждающееся в комментариях.

По возможности не использовать .

Смотри комментарии ко второму правилу.

Стандартизировать все возможные блоки и применять SSI по максимуму.

Одинаковую “шапку” страницы, повторяющуюся в каждом файле, лучше сделайте автоматически генерируемой с помощью скриптов, выполняемых на стороне сервера (Server Side Include - включения на стороне сервера). Если вам потребуется что-то менять в ней, когда у вас на сайте уже множество страниц, вы вспомните этот совет.

Стараться не указывать явные параметры шрифта (кегель и, особенно, гарнитуру).

Смотри комментарий ко второму правилу.

Не ленитесь ставить <P> и в ячейках таблиц.

Для структурности страниц. Вообще, желательно не допускать присутствие на странице текста вне тега <P>.

Всегда ставить ALT в информационно значимых .

Многие пользователи любят не дожидаться загрузки графики меню, либо вовсе отключать отображение графики в браузерах. В пустых прямоугольниках, заменяющих рисунок, они увидят текст атрибута ALT (или, если он отсутствует, не увидят ничего). Кстати, по той же причине необходимо всегда явно указывать атрибуты HEIGHT и WIDTH каждой картинке.

Заботиться о <TITLE>.

Не забывайте писать тэг <TITLE> - хотя бы потому, что он будет отображаться в закладках браузера на вашу страницу.

Добавим к этому:

Всегда обращайтесь внимание на порядок расположения тегов.

Размещайте название тега сразу после значков "больше чем" и "меньше чем" без пробелов. Не используйте пробелы в атрибутах. Когда добавляете информацию для атрибута, после знака "равно", всегда помещайте ее в двойные кавычки. Соблюдайте правило вложенности тегов: <A>. Если вы разместите теги вот так: <A>, все может пойти кувырком.

Не забывайте прописывать тег <DOCTYPE> в начале каждого документа.

Тег DOCTYPE, в атрибутах которого указывается полный URI (полный web-адрес), сообщает браузерам, что страницу нужно вывести с соблюдением определенного стандарта или подвида этого стандарта. Этот тег должен всегда находиться в первой строке каждой страницы. Тег DOCTYPE - ключевой компонент web-страниц, претендующих на соответствие стандартам: без него ваш код и CSS не пройдут проверку валидатором.

Главная страница должна быть названа следующим образом: index.htm, index.html или default.html. Большинство веб серверов открывают этот файл автоматически.

Основные ошибки при структурировании сайта.

Продолжим знакомиться с исследованиями и рекомендациями Якоба Нильсона, приведенными в предыдущем разделе. Теперь обратимся к самой структуре сайта и его дизайну. Нильсон очень удачно выделил основные ошибки и “подводные камни”, на которые наталкиваются многие дизайнеры.

Вначале - об использовании фреймов. Спор по поводу того, использовать их или нет, не утихает и по сей день. Есть как ярые сторонники их использования, так и ярые противники. В любом случае, очевидно, что они делают страницу громоздкой и неудобной. Кроме того, они затрудняют индексацию страниц поисковыми системами. Поэтому, **от фреймов лучше отказаться совсем**. Если же они необходимы (бывают такие очень редкие случаи), то лучше формировать их программным способом.

Многие любят увлекаться использованием новейших технологий. Это одна из серьезнейших проблем современного Интернета. Любой пользователь, столкнувшись с примитивной ошибкой JavaScript, немедленно покинет ваш сайт. Прежде чем использовать новые технологии (анимацию, виртуальный мир и т.п.), подумайте, насколько они необходимы на вашей странице. **Простая погоня за модой и нововведениями не имеет смысла**.

Старайтесь не включать в оформление сайта, если это не необходимо, **анимацию GIF**. Пользователи отождествляют такой дизайн с рекламой, которую они уже научились автоматически игнорировать. Заставить их прийти на ваш сайт вторично будет гораздо сложнее.

При составлении структуры каталогов и присваивании имен файлам на сайте, помните об еще одной очень серьезной проблеме: нелогичные адреса URL. Сегодня люди уделяют адресам меньше внимания, чем раньше, благодаря сильно развитой навигации по страницам. Тем не менее, все **каталоги и названия документов должны быть связаны с их содержанием**.

Старайтесь не терять пользователей при неправильном наборе имени адресов. **Измените страницу, выдающуюся по ошибке** (если вы имеете возможность ее менять), включив в нее ссылки на основные страницы сайта. Большинство пользователей знает, что в

случае отсутствия страницы на сайте, нужно просто отсечь конец адреса. Но такой способ неизвестен новичкам и раздражает опытных пользователей. Кстати, в связи с этим, проследите, чтобы **любой каталог на вашем сайте имел файл index.html**.

По проведенным Нильсоном исследованиям, 90% пользователей не прокручивают навигационный блок, который вылезает за пределы экрана, а выбирают несколько видимых на экране пунктов. Сделайте соответствующие выводы.

Делайте **навигацию на сайте простой и интуитивно понятной**. Люди привыкли к определенным канонам в дизайне. Если базовые элементы (например, наличие на любой странице сайта ссылки на главную страницу) отсутствуют, пользователь может даже растеряться.

Серьезная проблема современного Интернета - устаревшая информация. Помните, что множество сайтов, сходных по тематике с вашим, продолжают постоянно обновляться и развиваться. Показать пользователю устаревшую информацию - верный способ занизить оценку вашего сайта. Но при этом **архивы старой информации** - это достоинство сайта, и они очень сильно отличаются от устаревшей информации.

При написании ссылок, **не открывайте страницу в новом окне броузера**. Появление новых окон броузера - это самое раздражающее любого пользователя действие. "Когда на экране появляется новые окна, которые я не просил открывать, мне сразу приходит в голову продавец пылесосов, который, войдя в дом, вываливает на ковер пепельницу, а потом успешно убирает мусор. Так вот - не надо засорять мне экран, особенно учитывая то, как убого управляется с окнами самая популярная операционная система! Если мне нужно будет новое окно броузера, я сам его открою." (Якоб Нильсен). Многие пользователи автоматически закрывают любое выпадающее окно еще до того, как оно загрузится.

Есть вещи, которые интуитивно напоминают пользователю рекламу. За годы существования Интернета у многих выработался специфический рефлекс, называемый **баннерная слепотой** - пользователи никогда не фиксируют взгляд на графическом элементе, который находится на традиционном месте баннеров - вверху или внизу страницы. По той же причине пользователи избегают смотреть на мигающий, движущийся текст или другую агрессивную анимацию.

Несколько слов стоит сказать о сайтах различных организаций. Типичной ошибкой является вынесение на видное место **страницы с фотографиями сотрудников** и их должностями. Это информация, которая может понадобится только сотрудникам внутри самой компании, но никак не стороннему посетителю, которого наверняка больше волнует деятельность вашей организации. По той же причине, не стоит размещать на первой странице сайта фотографию директора.

Надпись **“Under Construction”** - один из признаков того, как вы относитесь к своему сайту. Пользователь не должен увидеть этой надписи никогда. Вместо того, чтобы выкладывать пустые страницы с этой надписью, оставьте их на своем винчестере.

При создании навигационного блока, **не создавайте “закрытых” пунктов меню**, которые разворачиваются при наведении на них мышкой. Это первый признак непрофессионализма. Ни один пользователь не будет выучивать, что они означают.

Базовые технологии создания сайта.

Количество различных технологий, языков, форматов и стандартов в современном Интернете постоянно растет. Появляются новые версии привычных стандартов, отмирают старые. При создании сайтов нужно очень четко представлять себе возможности каждой технологии, ее плюсы и минусы и, самое главное, цели с которыми ее можно использовать.

HTML

Основа-основ Интернета - это язык гипертекстовой разметки Hypertext Markup Language. Эту технологию должен в совершенстве знать каждый разработчик сайта. HTML является одним из языков разметки, определяемых стандартом SGML (Standard Generalized Markup Language - ISO 8879) - системы определения языков разметки. Авторы размечают свои документы, вводя структурную, представительную и семантическую информацию параллельно с основным содержанием.

CSS

Еще один обязательный инструмент каждого разработчика - Cascading Style Sheets - каскадные таблицы стилей. Эта технология позволяет выделить отдельные визуальные настройки HTML-содержимого в отдельный блок. Размер текста, шрифт, цвета, отступы и абзацы, границы картинок и вид таблиц - все это описывается средствами CSS.

Использование CSS позволяет существенно ускорить работу и выдержать единое стилевое оформление сайта.

JavaScript

Технология, позволяющая документу HTML выполнять несложные действия. Например, определить тип браузера, разрешение монитора, создать меню в виде выпадающего списка, отобразить текущее время и дату и т.д. Язык сценариев JavaScript не нужно путать с языком программирования Java, который имеет более широкие возможности. Сценарий JavaScript встраивается непосредственно в код HTML и запускается на компьютере пользователя в момент загрузки страницы.

DHTML

С помощью JavaScript можно выйти за пределы заранее подготовленного HTML-документа и создавать программы, которые, взаимодействуя с пользователем, управляют браузером.

ром и в зависимости от поставленных условий генерируют новый HTML-код. DHTML - Dynamic HTML - технология, совмещающая в себе HTML, CSS и JavaScript и позволяющая динамически генерировать новые HTML-страницы. Она независима от операционной системы и языка программирования. Наряду с JavaScript существуют еще несколько языков написания программ-скриптов, такие как JScript и VBScript. Но при этом JavaScript - остается наиболее популярным языком, поскольку поддерживается большинством браузеров, тогда как два последних языка поддерживаются в основном только на платформе MS Windows.

Flash

Технология Macromedia Flash позволяет включать в Internet-страницы отдельные модули, состоящие из векторных рисунков и анимации, создавать функциональные интерактивные мультимедийные презентации. Для проигрывания Flash-роликов на компьютере пользователя должна быть установлена соответствующая программа, подключенная к браузеру.

CGI

Технология Common Gateway Interface позволяет использовать на сайте различные интерактивные элементы: формы, голосования, опросы, форумы, чаты, доски объявлений и т.п. Все подобные сервисы требуют программирования. Все указанные выше технологии позволяют пользователю использовать документы, подготовленные заранее. CGI позволяет генерировать страницу на основе данных, как поступивших от пользователя, так и хранящихся на сервере. CGI-программа - это программа, выполняющаяся на сервере и предоставляющая пользователю конечный результат в виде сгенерированного HTML-файла, который затем скачивается пользователем (в отличие от скриптов JavaScript, выполняющихся на стороне пользователя уже после скачивания им HTML-файла с этим скриптом). Существуют несколько языков программирования для разработки CGI-программ. Один из самых популярных до недавнего времени - язык Perl - Practical Extraction and Report Language - стандартный язык программирования ОС Unix. Сейчас популярность набирает межплатформенный язык сценариев **PHP**. Microsoft предлагает собственный язык **ASP** - Active Server Pages. Все они имеют свои преимущества и недостатки.

Краткая справка по HTML 4.0 и CSS, а также список ссылок на ресурсы Интернет, которые содержат спецификации, учебники и справочные пособия по различным технологиям, вынесены в приложение.

О дополнительных сервисах.

В современном Интернете существует несколько стандартных сервисов, которые уже имеют достаточно отработанный механизм: гостевая книга, форум и т.п. Включать их в ваш сайт стоит лишь в том случае, если они действительно будут работать и выполнять свою функцию.

Начнем с форума. Типичная ситуация, когда на небольшом сайте заводится форум. При этом обычно происходит следующее: посетители задают глупые вопросы которые остаются без ответа, владельцы сайта отвечают редко, в организации нет человека, ответственного за форум. Кстати, человеку, который действительно заинтересовался вашей деятельностью, проще будет задать вопрос по почте, что большинство нормальных людей и делает. Поэтому не создавайте форум, если в нем нет крайней необходимости или он не является частью концепции сайта.

Если ваш сайт редко обновляется, если на записи в гостевой книге нет оперативной реакции, то обычно в нее пишут либо неконструктивную критику в ваш адрес, либо рекламу и коммерческие объявления, никак не связанные с тематикой вашего сайта.

Теперь поговорим об анкетах и голосованиях. Кто заполняет анкеты? В каком количестве? Зачем? Куда уходят результаты? Как заполнение анкет на сайте сказывается на содержании сайта, работе учреждения? Если вы не сможете внятно и четко ответить хотя бы на один из вышеперечисленных вопросов - откажитесь от анкет и голосований.

Погода и курс доллара. Вы действительно хотите, чтобы к вам на сайт ходили только за погодой или курсом доллара? Если да, то, поверьте, так никогда не будет! Для подобной информации существуют специализированные сайты.

Отдельного разговора достойны новости. Если список новостей аккуратно включен в первую страницу, в последний раз обновлялся больше месяца назад - пользователь потеряет всякое уважение к вашему проекту.

Вы можете обновлять этот список ежедневно? Наберется у вас новостей? Будет новостями заниматься ответственный человек? Если нет, то лучше отказаться от этой идеи. Если да, то четко разделите новости обновления сайта и новости, относящиеся к событиям в оффлайне.

ХОСТИНГ .

Хостингом называется услуга по предоставлению в аренду дискового пространства на сервере, а также предоставление дополнительных услуг по техническому обслуживанию сайта.

Каждый автор сайта рано или поздно столкнется с проблемой выбора между тремя видами хостинга:

Хостинг на домашнем компьютере.

В этом случае сайт физически находится на компьютере, принадлежащем вашей организации, который постоянно подключен к Интернету. На этот компьютер приходят все запросы пользователей, обращенные к вашему сайту.

Для этого способа хостинга требуется как минимум:

- получить доменное имя;
- установить соответствующее программное обеспечение;
- организовать постоянный доступ в Интернет по выделенному каналу с пропускной способностью не менее 256-512 Кбит/с.

Но, в этом способе хостинга есть один огромный плюс, который, несомненно, перекроет все расходы и проблемы, связанные с его установкой. Вы будете иметь прямой доступ к своему сайту (он фактически будет являться каталогом на вашем сервере) и сможете на лету производить все изменения, напрямую редактируя файлы, входящие в состав сайта.

Более или менее крупная организация может себе позволить такой вариант и для нее он будет приемлемым, а вот для обычного пользователя это, скорее всего, будет невыгодно.

Платный хостинг.

В этом случае вы арендуете место на диске у провайдера по предоставлению услуг хостинга и ваш провайдер берет на себя все проблемы по регистрации доменного имени, организации безопасности, круглосуточной поддержке работоспособности сайта и .т.п.

Количество хостинговых компаний в России постоянно растет. Помимо провайдеров, предоставляющих небольшой объем дискового пространства под странички своих клиентов, существуют также компании, которые профессионально специализируются на

оказании хостинговых услуг. Они предоставляют более широкие возможности для различных технических и программных решений, а также солидный объем дискового пространства (десятки, а то и сотни Mb). Постоянно обостряющаяся конкуренция между такими компаниями приводит к неуклонному снижению цен и повышению качества сервиса.

Приведем критерии, по которым можно выбирать хостинговую компанию (в порядке убывания их значимости):

1. Качество работы обслуживающего персонала и службы поддержки.
2. Скорость соединения с сетью (ее легко проверить - зайдите на сайты, поддерживаемые этой хостинговой компанией и оцените скорость их загрузки).
3. Надежность работы сервера (любой сбой в работе оборудования будет означать недоступность вашего сайта для посетителей).
4. Периодическое архивирование данных.

Мнения других пользователей и рейтинги хостинговых компаний можно найти на сайте <http://www.providerz.ru>.

Технические характеристики предоставляемых хостинговых услуг, на которые следует обратить внимание:

1. Дисковое пространство (может сильно варьироваться, вплоть до бесконечного).
2. Максимальный бесплатный трафик - объем информации, запрашиваемой и получаемой пользователями (за превышение придется платить).
3. Платформа (обратите особое внимание - ведь программы для сайта написанные вами под Windows не будут запускаться на Linux или FreeBSD, под которыми работает подавляющее большинство хостинговых компаний).

Дополнительные услуги, предоставляемые хостинговыми компаниями:

1. Предоставление набора стандартных скриптов (систем голосования, форумов, чатов, гостевых книг, счетчиков и других стандартных элементов интерфейса сайтов, ставших уже традиционными).
2. Предоставление почтовых сервисов (возможность заводить в вашем домене собственные почтовые ящики).
3. Предоставление, регистрация и поддержка доменов второго (например, www.имя.ru) и третьего уровней (например, имя2.имя1.ru).

Нужно определиться и с программным обеспечением сервера, которое вам будет необходимо для работы сайта:

1. Поддержка Perl-скриптов и наличие собственной директории cgi-bin.
2. Поддержка SSI (Server Side Include).
3. Поддержка PHP.
4. Наличие на сервере системы управления базами данных.
5. Обеспечение непосредственного доступа к лог-файлам (файлам с отображением статистики посещений и ошибок в работе сайта).
6. Проведение регулярного сохранения резервных копий на случай непредвиденных ситуаций.
7. Поддержка периодически выполняемых заданий (реализуется в среде Unix командой cron).

Имеет смысл оплатить первый месяц услуг и проверить качество работы хостинга. И только после того, как вы убедитесь, что качество услуг вас устраивает, оплачивать хостинг на год вперед (кстати, многие компании за предоплату на длительные сроки предоставляют большую скидку).

Бесплатный хостинг

Сейчас в сети присутствует огромное количество сайтов, предоставляющих «бесплатное место под домашние страницы», что и является их единственным достоинством.

Недостатки бесплатного хостинга:

1. Обязательное размещение рекламной информации (банеров)
2. Сильно ограниченное дисковое пространство (несколько Mb).
3. Отсутствие каких-либо гарантий.
4. Предоставление либо доменов третьего уровня (например, *вашеимя.narod.ru*), либо просто каталогов в домене компании (например, *www.хостер.ru/~вашсайт*).
5. Минимальные технические возможности, которые зачастую сводятся к размещению статического HTML и скриптов.

Несмотря на недостатки, бесплатный хостинг является прекрасным полигоном для начала любого проекта.

Доменное имя сайта.

Строго говоря, для того, чтобы сделать ваш сайт доступным пользователям сети, достаточно лишь IP-адреса - любой браузер позволяет указывать этот адрес вместо доменного имени. Доменные имена были введены для удобства запоминания и по сути являются избыточными. В Интернете немало сайтов, которые вообще не имеют доменного имени. При запросе сайта (например, www.yandex.ru), браузер все равно с помощью специального сервера DNS (Domain Name Service) преобразует его имя в IP-адрес. Все это для удобства конечного пользователя, на которого ориентируемся и мы.

Поэтому, правильно сформированное доменное имя сайта - один из главных залогов его посещаемости. Имя сайта должно быть короткое, лаконичное и легко запоминающееся. При этом следует избегать неоднозначности написания в латинской транскрипции некоторых русских букв и звуков (например “ж”). Пользователь может запомнить звучание адреса вашего сайта, но будет долго и мучительно вспоминать как же он правильно пишется.

Выберите домен, наиболее соответствующий тематике вашего сайта:

Домен	Назначение
.ru	Географические домены, наиболее распространенные в отечественных сайтах. Домен msk - Москва распространен крайне мало, поскольку москвичи предпочитают говорить от имени всей России в домене .ru.
.spb.ru	
.msk.ru	
.edu	Образовательные сайты.
.com	Коммерческие сайты, сайты коммерческих организаций и фирм.
.org	Сайты некоммерческих, общественных организаций.
.gov	Правительственные сайты, государственные политические структуры и организации.
.pp	Частное лицо.

Перефразируя известное изречение, можно сказать, что смена домена равносильна пожару. Поэтому, имеет смысл зарегистрировать домен второго уровня на свое имя (), и не зависеть от провайдеров и «хостеров» (организация.хостер.ru). Тогда при смене хостера или провайдера вам достаточно будет лишь перерегистрировать IP-адрес в службе DNS, и ваш адрес останется с вами.

Регистрация домена в зоне .ru является платной, в зонах .msk.ru, .spb.ru - бесплат-

ная. Набор других географических доменов РФ можно найти на странице http://www.ripn.net/nic/dns/geo_list.html, а с правилами их администрирования можно ознакомиться на http://www.ripn.net/nic/dns/geo_rule.html. Еще есть составные домены .com.ru, .net.ru, .org.ru, .pp.ru. Регистрация в них так же бесплатна.

Несмотря на бесплатность регистрации, вам вполне возможно придется платить провайдеру за помощь в ее осуществлении и за поддержку вашего домена на своем DNS-сервере. Сама процедура регистрации домена проста и прозрачна, так что вы вполне можете провести ее сами.

- Прежде всего удостоверьтесь, что выбранный вами домен еще не занят.
- После того как домен выбран, следует завести соответствующую зону на двух DNS-серверах в разных подсетях. Один из них будет основным (primary), другой - резервным (secondary).
- Настроив серверы, следует подать заявку администратору вашей географической зоны.
 - В Москве и Петербурге регистрацию осуществляет ООО “Релком.ДС”.
 - Регламент регистрации <http://www.relcom.spb.ru/service/dns.html>
 - Регистрационная форма <http://relcom.eu.net/info/forms/direct-sonе-form>
 - Провайдер проверяет работоспособность ваших DNS-серверов и правомерность выбранного имени.
- Всё - ваш домен начинает работать.

Владельцем домена считается тот, чье имя прописано в поле SOA в записи DNS. Регистрация в зоне RU требует заключения специального договора, перечисления денег, поэтому ее лучше доверить вашему провайдеру. При этом внимательно следите за тем, чтобы ваше имя было прописано в договоре с провайдером в качестве владельца домена. Тогда, в случае смены провайдера, вы лишь попросите переделегировать доменное имя на другого провайдера (такая возможность обязательно должна быть оговорена в вашем договоре с провайдером).

Приемы раскрутки сайта .

После того, как ваш сайт появился в сети, надо дать знать о нем миру. Как это сделать? Приведем некоторые способы в порядке убывания их действенности.

- Взаимный обмен ссылками с другими сайтами, схожими по тематике.

Самый действенный способ - очень часто пользователи, действительно интересующиеся этой тематикой, заходят в раздел ссылок, чтобы получить больше информации.

- Приведение адреса сайта в тематических конференциях или news-группах.

Не уступает по действенности предыдущему. Вы рекламируете свой сайт на идеальной площадке для рекламы среди нужной аудитории.

- Публикация адреса сайта в ваших оффлайн изданиях, на визитках, в проспектах.

Те, кто имеют дело с вашей организацией, наверняка захотят получить больше информации.

- Размещение адреса сайта во всех ваших письмах.

Для некоторых это уже само-собой разумеющаяся норма вежливости.

- Включение сайта в Web-ring.

Объединение схожих по тематике сайтов в одну замкнутую цепочку с помощью специального блока ссылок (предыдущий сайт, следующий сайт, случайный выбор и т.п.), размещаемых на главной странице.

- Размещение ссылки в различных тематических каталогах.

- Реклама в различных средствах массовой информации.

Вообще, везде, где упоминается о вашей организации, должен стоять адрес вашего сайта.

- Баннеры.

Неэффективный способ. Объем баннерной рекламы в Интернете постоянно снижается.

Пользователи привыкли не реагировать на баннеры и подсознательно игнорируют их.

Большинство пользователей будет приходить на ваш сайт с поисковых систем. Поэтому, имеет смысл позаботиться о правильной индексации роботами, собирающими информацию для поисковиков. Они будут обращать внимание, в порядке убывания значимости, на: заголовок страницы, URL, meta-теги, ссылки, подзаголовки, ALT-тексты картинок, собственно текст страницы.

С заголовком все ясно - он должен точно отражать содержание страницы. Это “обложка” документа - не допускайте никаких приветствий вроде “Добро пожаловать”. Есть один хороший прием формирования заголовков - приём вложенности, когда заголовок строится по принципу <TITLE>Название сайта | Раздел | Подраздел</TITLE>. Организовав на сайте такие вложенные заголовки (уровень вложенности будет увеличиваться по мере углубления пользователя по структуре сайта), вы сформируете еще одну удобную навигационную подсказку для пользователя.

Никогда не нужно забывать о meta-тегах. Они включаются в тело тега <HEAD> в формате <META NAME=“название” CONTENT=“содержание”>. Основные из них:

NAME	CONTENT
description	Фраза-описание содержимого страницы. Обычно выдается поисковыми системами в результатах поиска.
keywords	Ключевые слова через запятую. Если пользователь задаст поисковой системе запрос на слово “ежики” и это слово будет присутствовать не только в тексте вашей страницы, но и в этом meta-теге, то вероятность того, что ваша страница появится в результатах поиска резко возрастет.
site-created	Дата создания страницы, например, “25-07-1979”
revisit	Очень важный тег задания периодичности переиндексации поисковыми машинами. Например, “15 days”.
autor	Автор страницы.
copyright	Создатель страницы.
home_url	Полный URL-адрес, по которому находится в Интернете домашняя страница вашего сайта. Туда в первую очередь пойдет робот в поисках дальнейшей информации.

Этапы создания школьного сайта

На основе вышеизложенного материала были сформулированы следующие рекомендации:

I. Познакомьтесь со структурами сайтов схожей тематики

Не забывайте, что сайты, представленные в Интернете, имеют разные «весовые категории» с точки зрения технических возможностей школы, профессионального уровня разработчиков и финансовой поддержки. Некоторые школы имеют свой сервер, и, соответственно, гораздо больший технический потенциал. Иногда к созданию школьного сайта привлекаются специалисты профессиональных дизайн-студий (например, в лице бывшего выпускника). Необходимо **реально оценить свои силы чтобы верно определить стратегию и тактику работы над сайтом.**

Ниже приведены адреса 10-ти сайтов, на каждом из которых имеются разделы (они указаны в скобках), которые, с точки зрения авторов, стоит взять на заметку.

1. *Лицей №1* г. Всеволожска <http://liceum1.ru>
(виртуальный репетитор, творческая мастерская, on-line тесты)
2. *ФМЛ № 239*, Санкт-Петербург <http://www.sch239.spb.ru>
(работы учеников, клуб выпускников)
3. *Гимназия №157*, Санкт-Петербург <http://www.gym157.spb.ru>
(английская версия, музей, проекты SPIMUN, GTP, Eco-Connections)
4. Многопрофильный *лицей пос. Коммунарка* Московской области
<http://www.lyceum.edu.ru/> (проекты, в том числе, школьная баннерная сеть)
5. *Школа № 27*, г. Ангарск <http://school27.chat.ru/thank.htm>
(Благодарности, раздел «Перемена!»)
6. *Школа №57* г. Москва <http://www.sch57.msk.ru:8101/>
(Методическая коллекция, неофициальный раздел)
7. *Миасская гимназия №19* <http://www.mig19.schel.ac.ru>
(поиск по сайту, web-камера, база данных с двумя уровнями доступа)
8. *Школа № 5*, г. Советск <http://www.school5.dem.ru>
(разделы «Download», «кланы»)
9. *Школа № 315*, г. Киев <http://school315.kiev.ua>
(3 версии – украинская, русская и английская, материалы к экзаменам)
10. *Неофициальный сайт школы № 1286*, г. Москва <http://www.1286.nm.ru>
(очень импонирует чёткое указание на неофициальность в названии)

II. *Определите цель создаваемого вами сайта и, в соответствии с этим, основную структуру.*

Чего вы хотите добиться?

Обдумайте, какие ресурсы понадобятся Вам для наискорейшего достижения поставленной цели (кадровые, технические, финансовые).

Гербен Хоекстра¹, имеющий большой опыт в создании сайтов, рассуждает так:

Определите средства, которые вы можете себе позволить. То есть, определите, что вы можете сделать и, особенно, чего не можете. Только после этого можно определить, достижима ли ваша цель. Если цель недостижима, то любые усилия будут бессмысленными и тщетными.

Если у вас есть цель, значит, вы знаете, что должно получиться. И не только вы, но все, кто работает с вами над проектом. Вы сможете определить полезность или бесполезность конкретных действий.

Исходя из цели и доступных средств, можно спланировать работу. Что нужно сделать в первую очередь, а что отложить на потом. Сколько времени уйдет на завершение работы. Вы сможете легко оценивать предложения по дизайну, просто сопоставляя их с конечной целью.

Во время и после работы регулярно проверяйте, соответствует ли сайт поставленной цели.

В процессе изготовления сайта ваши цели могут расшириться или наоборот сузиться.

Конкретизируем некоторые положения относительно именно школьного сайта. Определите **целевую аудиторию** вашего сайта. Возможно, следует предусмотреть развитие нескольких «ветвей», рассчитанных на разные категории посетителей (ученики, учителя, родители, ...), что и практикуется на многих крупных образовательных сайтах, в том числе «Школьном секторе» <http://school-sector.relarn.ru> и сайте ФИО <http://www.fio.ru> При этом, реализовывая возможность оперативного обновления, нужно четко представлять, **в каких разделах и с какой периодичностью следует обновлять информацию** на сайте в соответствии с поставленной целью, и кто будет координировать эту работу. Из опыта известно, что статично существующий сайт обречен на провал.

В среднем, хороший школьный сайт:

- содержит справочную информацию, интересующую **родителей** при поступлении в школу (в том числе, об учителях, учебных программах, традициях...);

¹ Gerben Hoekstra <http://weballey.net>

- отражает происходящие в школе события (праздники, конференции, конкурсы...);
- отражает в развитии постоянно действующие направления в работе школы (школьный музей, участие в проектах, и т.д.);
- является местом, где ученики могут представить свои творческие работы (в том числе, юмористические);
- предоставляет возможность учителям разместить свои материалы (вплоть до отдельного раздела по предмету или кафедре);
- содержит элементы дистанционной поддержки обучения (например, виртуальный консультационный пункт);
- поддерживает личные страницы учеников, учителей, целых классов;
- содержит специальный раздел для выпускников;
- представляет ваше учреждение международному сообществу.

Используйте преимущества Интернета и не упускайте шанс выхода на международную арену. Постарайтесь создать англоязычную версию сайта. Не копию русскоязычного сайта на английском языке, а именно другую версию, возможно, состоящую на первых порах из одной страницы.

III. Подготовка материалов.

Подготовка материалов и дальнейшее уточнение структуры сайта – взаимосвязаны. В соответствии с информационным наполнением идет процесс корректировки структуры. Проанализируйте существующие материалы и с точки зрения содержания, и с точки зрения занимаемых объёмов. Например, после дополнительной обработки можно использовать имеющийся буклет о школе, печатные работы учителей и учеников, фотографии и рисунки, в том числе, эмблему школы.

Очень важный момент при работе с материалами - соблюдение авторских прав. Относитесь с уважением к чужому труду, указывайте авторов текстов, фотографий и т.д.

Под дополнительной обработкой понимается следующее:

- большие тексты необходимо структурировать с учетом возможностей гипертекста, т.е. разбить текст на логические куски и связать с помощью ссылок в рамках одной страницы или нескольких.
- графическую информацию следует оптимизировать по размеру, количеству цветов и т.д. с целью ускорения процесса загрузки.

В целом, при компоновке страниц необходим учёт ограничений, связанных с объёмом размещённых на ней материалов. Сошлёмся на совет Гербена Хоекстры: «Попробуйте задержать дыхание на время загрузки вашей страницы. Задыхаетесь? Значит, страница слишком длинна. Средняя страница не должна грузиться больше 20-30 секунд, или не должна превышать 50 Кбайт с рисунками. Хоть что-то должно быть видно сразу. Если нет, то многие посетители уйдут не дождавшись»

Ради обеспечения достойного качества конечного продукта некоторыми материалами придётся пожертвовать, а некоторые следует разместить с соответствующим предупреждением о времени загрузки и возможностью их проигнорировать. Например, хорошим тоном является предоставление шанса собственного выбора перед запуском флэш-элементов. А фотоальбомы, несмотря на неминуемую громоздкость даже при хорошей структуризации по разделам, могут быть очень интересны людям, которые имеют непосредственное отношение к этому учебному заведению.

На этом этапе хотелось бы привлечь внимание к тому, что, по умолчанию, любой школьный сайт воспринимается большинством людей как официальный, и это накладывает на него определённые ограничения. Не всегда ученические увлечения, фотографии и сленг соответствуют этому статусу. Неофициальную информацию лучше разместить на отдельном сайте и указать неофициальный статус данного сайта в названии.

IV. Разработка полной структуры и оптимальной навигации сайта

Активное развитие интернет-технологий и, соответственно, дополнительных сервисов, позволяет включить множество интерактивных компонент в структуру сайта, но делать это следует осторожно, хорошо взвешивая их необходимость.

Во всём нужно соблюдать меру и руководствоваться здравым смыслом.

- Включайте в сайт страницу новостей только в том случае, если в ней действительно есть необходимость и уверенность в её будущих обновлениях.

При этом устаревшая информация не всегда бесполезна, просто располагаться она должна под другой вывеской, например, «архив».

- Разумно планируйте интерактивные составляющие: гостевая книга, счетчик посещений и т.д.

Гербен Хоекстра рекомендует использовать скрытые счётчики и объясняет это так: «Задумайтесь: вы же не вешаете на свою дверь вывеску, сообщающую, сколько людей зашло к вам в гости. Так зачем же вы делаете это на своей домашней странице? Не вставляйте счетчик в открытую. Скройте его. Если вам захочется посчитать посетителей, просто щелкните на иконке.»

Что касается гостевых книг, то из опыта известно, что только активно обновляемый «живой» сайт пользуется авторитетом и поддержкой учеников. Если не обеспечено развитие сайта, бессмысленно заводить гостевые книги и прочие интерактивные формы общения. Результат будет отрицательным, т.е. в гостевой книге будет накапливаться различные критические замечания, вовсе не придающие значимости вашему Интернет-ресурсу.

- Продумайте включение внешних ссылок, именно они «склеивают» страницы Интернета друг с другом. Некоторые поисковые системы не индексируют ваш ресурс в случае отсутствия таковых (не загоняйте робота в тупик).

При этом текст, предшествующий ссылке, должен давать чёткое представление о её назначении. Слишком большое количество ссылок тоже создаёт проблемы пользователю.

Указывайте ссылки на источники информации.

- Оптимально было бы продумать такую навигацию, чтобы любого раздела сайта можно было достичь не более чем за 3 нажатия на кнопку мыши, не используя при этом кнопки броузера.

V. Вёрстка страниц в HTML-код с необходимой доработкой текста и графики

На этом этапе следует ещё раз обратиться к предыдущим разделам пособия, а также к справочным материалам по HTML, CSS и рекомендациям по работе с Dreamweaver, которые даны в приложении.

На сайте ЛОИРО <http://www.loiro.ru> в соответствующем разделе сопровождения курса для тьюторов районных центров информационных технологий авторы разместили дополнительную информацию, знакомство с которой поможет повысить качество вашего ресурса.

VI. Тестирование, опубликование в Интернет и снова тестирование....:

Проверьте все, что сделали: и техническую сторону, и содержательную, и грамотность, и

навигацию, и внешний вид. Первый раз **никогда** не бывает без ошибок. Не размещайте незаконченные сайты.

Убедитесь:

- что ваш HTML код абсолютно безупречен (прописаны, причём осмысленно, теги TITLE и ALT, атрибуты bgcolor, text, link, alink, vlink в теге BODY и width, height в теге IMG, соблюдено правило вложенности и т.д.). Частично помочь в оптимизации кода может «инспектор кода» Dreamweaver;
- что работают все внешние и внутренние ссылки, при этом навигация продумана так, что позволяет быстро добраться до нужного места и легко охватить содержание сайта как вглубь, так и вширь;
- что показываются все рисунки, при этом графика оптимизирована, и размер рисунков соответствует тем цифрам, что указаны в width и height;
- что сайт хорошо смотрится и при изменении видеорежима, и при изменении размера окна браузера, а также в разных браузерах. Если для его просмотра нужен специальный браузер или надстройка, то это просто противоречит самой сущности Интернета: независимости от операционной системы, сервера, программ, формата файла и от много другого;
- что сайт быстро загружается, используемые технологии соответствуют поставленным задачам и реализуют такие преимущества Интернет как интерактивность;
- что нет грамматических ошибок.

Выкладывайте сайт на сервер в Интернет лишь после того, как внесли в него все исправления на жестком диске. Ещё раз оттестируйте всё после публикации сайта в Интернете. Не успокаивайтесь, пока не устраните все ошибки.

VII. Раскрутка сайта и поддержка его функционирования

Приступайте к раскрутке только тогда, когда сайт окончательно готов. Посетителей надо не только привлечь, но и обеспечить их возвращение. А для этого необходимо, чтобы сайт был «живым». В замершем необновляемом ресурсе нет дыхания жизни. И уж ни в коем случае не заманивайте лишними обещаниями. «Иногда встречаются сайты, обещающие скорое появления нового раздела, самого лучшего в мире. Вы возвращаетесь через месяц, обещание на месте, а вот раздела все еще нет. То же и через месяц. А еще через месяц вы находите жалкие извинения по поводу столь заинтриговавших вас страниц. Столько шума из-за одного омлета? Ради бога, уведите меня отсюда!»(Г.Хоекстра)

Практическое задание.

Создание научно-популярного сайта.

Задание: требуется создать научно-популярный сайт, посвященный какой-либо узкой теме, близкой к школьной программе.

Исходный материал (выдаётся преподавателями):

1. Документы в формате MS Word, HTML, TXT.
2. Набор сканированных изображений 300 dpi в формате TIFF или BMP.

(Примечание:

при желании исходный материал может быть сформирован самостоятельно. В этом случае тема выбирается из предложенных ниже, либо формулируется самостоятельно).

Технические требования и ограничения:

1. Общее количество страниц сайта не должно превышать 10 и быть меньше 3.
2. Общий объем сайта с графикой не должен превышать 1 Mb.
3. Целевая аудитория сайта - учащиеся.
4. Сайт должен содержать ссылки на другие источники и сайты по выбранной теме.
5. Информация на сайте должна быть хорошо структурирована и разбита на отдельные блоки.
6. В сайт, так или иначе, должен быть включен весь исходный материал.
7. При добавлении информации на сайт из сторонних источников, ссылка на них обязательна.

Примерные темы сайтов:

1. Лауреат Нобелевской премии.
2. История открытия.
3. История одной книги.
4. Круговорот воды в природе.
5. Музей одной картины.
6. Узоры на крыльях бабочек.
7. История технического изобретения.
8. Народный промысел: в прошлом и настоящем.

9. Один год в нашей истории.
10. Один день в нашей истории.
11. Химический процесс, используемый в производстве.
12. Устройство ядерного реактора.
13. История реформ русского языка.
14. Времена глаголов иностранного языка.
15. Революции и восстания в истории Европы.
16. Хроника исторического события.
17. Современные операционные системы.
18. Основы языка программирования.
19. Основы компьютерной графики.
20. Литературные жанры.
21. Влияние Интернета на современную литературу.
22. Современное искусство в сети.
23. Описание одного дикого животного.
24. Системы счисления.
25. Софизмы.
26. Недоказанные теоремы.
27. Различные двигатели.
28. История научного исследования одного из космических тел.
29. Футурологические проблемы развития человечества.
30. Системы записи музыкальных звуков.
31. Народный музыкальный инструмент.
32. Древние музыкальные инструменты.

Создание сайта образовательного учреждения.

Задание: требуется создать информационный сайт средней общеобразовательной школы.

Исходный материал:

1. Документы в формате MS Word:
2. Набор сканированных изображений 300 dpi в формате TIFF или BMP.

Технические требования и ограничения:

1. Общее количество страниц сайта не должно превышать 30 и быть меньше 10.
2. Общий объем сайта с графикой не должен превышать 1.5 Mb.
3. Целевая аудитория сайта:
 - родители первоклассников;
 - учащиеся школы;
 - преподаватели, работающие по партнерским программам.
4. Целями создания сайта являются:
 - привлечение в школу первоклассников;
 - информирование о учебных и внешкольных мероприятиях, проводимых школой;
 - информирование о партнерских программах.
5. Информация на сайте должна быть хорошо структурирована и разбита на отдельные блоки.
6. Дизайн сайта должен позволять легко добавлять новые разделы и изменять структуру.
7. Каждый посетитель, относящийся к вышеперечисленным категориям, должен иметь возможность быстро найти необходимую ему информацию.

Примерный план выполнения заданий.

1. Структурирование исходного материала.
2. Разработка структуры сайта.
3. Поиск сайтов схожей тематики.
4. Обработка исходных материалов:
 - тексты
 - изображения.
5. Разработка концепции дизайна.
6. Разработка шаблона внутренней страницы сайта.
7. Наполнение сайта информацией.
8. Создание краткого описания сайта, написание метатегов.
9. Размещение сайта на сервере бесплатного хостинга.

Приложения:

Образовательные ресурсы сети Интернет

Образовательные порталы

Крупные сайты, поддерживаемые большим коллективом авторов, с постоянным обновлением информации. Предоставляют большой спектр информации образовательной сферы:

- Российский образовательный портал: <http://www.school.edu.ru>
- Все образование в Интернете <http://all.edu.ru/>
- Сервер Центра информатизации Министерства общего и профессионального образования Информика <http://www.informika.ru/>
- Федерация Интернет образования (ФИО) – <http://www.fio.ru>
- Школьный мир <http://school.holm.ru/>
- Школьный сектор <http://school-sector.realn.ru/>

Виртуальные учебные курсы и сайты дистанционного образования

- Дистанционное образование в Интернете <http://www.lessons.ru/>
- Центр дистанционного образования <http://www.eidos.ru/>
- Центр дистанционного обучения. <http://www.cdo.ru/>
- Открытый колледж <http://www.college.ru/>
- Московский государственный институт электронной техники <http://www.miee.ru/>
- Институт дистанционного образования МЭСИ <http://www.ido.ru/>
- Евразийская ассоциация дистанционного образования <http://www.dist-edu.ru>
- Виртуальная школа “Кирилла и Мефодия” <http://vschool.ru/>
- Физика <http://www.fizika.ru/>

Международные образовательные сети

Объединение школ и молодежных организаций для проведения совместных творческих, художественных, исследовательских, научных проектов.

- International Education and Resource Network I*EARN <http://www.earn.org/>
- Русскоязычный сайт I*EARN <http://iarn.spb.ru/>
- “Global Thinking Project” <http://www.gtp.org/>
- “ENO-Environment Online” <http://www.enoschool.org>

- “Eco-Connections” <http://www.eco-connections.org/>

Энциклопедии и справочные сайты

Сайты, содержащие энциклопедическую информацию с продуманной системой поиска.

- Энциклопедия Британника <http://www.britannica.com>
- Словари и энциклопедии On-line <http://dic.academic.ru/>
- Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия <http://mega.km.ru/>
- Энциклопедия - Страны мира <http://www.allworld.wallst.ru/>
-

Сайты образовательных организаций

Сайты школ, институтов, лицеев, университетов. Многие сайты пытаются совместить в себе административный ресурс с информацией о работе организации и учебные материалы.

- Институт точной механики и оптики, Санкт-Петербург <http://www.ifmo.ru>
- Ленинградский областной институт развития образования <http://www.loiro.ru>
- Школы № 172 г.Москвы <http://www.belti.msk.ru/vt/sch172> . На этом сайте размещена коллекцию ссылок <http://www.belti.msk.ru/vt/sch172/rus/schinet.htm>.
- Кузьмолловская школа №1 Всеволожского р-на Ленинградской области <http://kss1.ru> (адреса школьных сайтов приведены в разделе «Этапы создания школьного сайта»)

Научно-популярные сайты.

Это сайты для всех. Они не содержат сложной для понимания неспециалистом информации и создаются для любознательных ребят и взрослых, которые хотят побольше узнать о каком-либо явлении или предмете.

- Алхимик <http://www.alhimik.ru/>
- HowStuffWorks <http://www.howstuffworks.com/>
- Криптография <http://www.cryptography.ru>
- Базовые основы биологии <http://www.mediaterra.ru/project/biology/index.htm>

Личные сайты:

Константина Полякова <http://kpolyakov.newmail.ru/>

Смирновой Ирины Евгеньевны [http://infoschool.narod.ru /](http://infoschool.narod.ru/)

Интернет-ресурсы для web-мастера

- Сайт **Якоба Нильсена** - специалиста по юзабилити (многие термины лучше звучат и читаются в оригинале по-английски) - <http://www.useit.com/>. Некоторые его же статьи на русском языке <http://www.webmascon.com/personas/nielsen.asp>
- Сайт **Gerben Hoekstra** **WEBalley** на русском - <http://weballey.net/russian/index.html>
Очень много полезной информации.
- Метры российского web-дизайна:
 - **Артемий Лебедев** <http://www.tema.ru/> и его руководство <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo> ,
 - **Дмитрий Кирсанов** <http://www.kirsanov.com/> и его знаменитая книга <http://www.kirsanov.com/web.design/main.html> ,
 - **Михаил Мельников** - <http://www.cherry-design.spb.ru> Великолепные статьи на различные актуальные темы: совместимость браузеров, CSS, ...
- А также:
 - прекрасные учебники по **HTML** - <http://www.arcus.lv/dimas/1.html>
 - и по **CSS** - <http://www.arcus.lv/dimas/2.html>
 - на <http://www.webclub.ru/> не только множество полезной информации по CSS и SSI в примерах, но и юмор. Посмотрите карту сайта.
 - CITFORUM.ru - <http://citforum.ru/> - кладезь информации.
 - "Синий сайт" **Юлии** из Томска <http://www.stack.ru/~julia> содержит переводы **спецификаций HTML, CSS, ...**
 - Портал WEB-мастера
 - Холм Web-мастера <http://webholm.ru/>
 - Книга И.Тарасова "Сайтостроительство" - <http://itsoft.ru/docs/web/>

Организация работы сети Интернет

Организация, занимающаяся координацией деятельности сети и распределением адресного пространства. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)

<http://www.icann.org>

Организация, занимающаяся техническими вопросами функционирования сети, распределением IP-адресов, администрированием доменных имен первого уровня.

Internet Assigned Numbers Authority (IANA) <http://www.iana.org>

Организация создания и поддержки стандартов web-технологий (HTML, XML, CSS, URI и т.п.). World Wide Web Consortium (W3C)

<http://www.w3.org>

Организация, занимающаяся координацией деятельности разработчиков интернет-технологий и стандартизацией протоколов (HTTP, DNS, POP3, SMTP и т.п.). Internet Engineering Task Force (IETF) <http://www.ietf.org>

Организация социального развития сети. Internet Society (ISOC) <http://www.isoc.org>

Организация противодействия спаму. SpamCon Foundation <http://www.spamcon.org>

Организация, ответственная за распределение доменных адресов в зоне «.ru» и выделение IP-адресов российским пользователям. Региональный Сетевой Информационный Центр (РСИЦ) <http://www.nic.ru>

Организация, занимающаяся социальным развитием российского Интернета. Российский НИИ Развития Общественных Сетей (РосНИИРОС) <http://www.ripn.net>

“Нормы пользования сетью”, разработанные Открытым Форумом интернет-сервис-провайдеров (ОФИСП) <http://www.ofisp.org/documents/ofisp-005.html>

Краткая справка по HTML 4.0

Глобальная структура документа

<HTML>
<HEAD>
...
<TITLE></TITLE>
...
</HEAD>
<BODY>
...
</BODY>

Блоки текста

Абзац <P></P>
Обрыв строки

Форматированный текст <PRE></PRE>
Элемент блока <DIV></DIV>
Элемент инлайн
Заголовки <H1></H1>...<H6></H6>

Формат текста

Курсив
Полужирный
Цитата <CITE></CITE>
Определение <DFN></DFN>
Сокращение <ABBR></ABBR>
Акроним <ACRONYM></ACRONYM>
Цитата <BLOCKQUOTE cite="url">
</BLOCKQUOTE>
Цитата <Q></Q>
Нижний индекс
Верхний индекс

Списки

Маркированный список
Нумерованный список
Элемент списка

Список определений

Границы списка определений
<DL></DL>
Термин <DT>
Его определение <DD>

Таблицы

Заголовок <CAPTION></CAPTION>
Тело таблицы <TABLE></TABLE>

«Шапка» <THEAD></THEAD>
Футер <TFOOT></TFOOT>
Блок данных <TBODY></TBODY>
Группа столбцов <COLGROUP
span="столбцов"> </COLGROUP>
Столбец <COL span="номер">
Ряд <TR></TR>
Ячейка <TD rowspan="кол-во строк"
colspan="кол-во столбцов"></TD>
Ячейка заголовка <TH>

Гиперссылка

Ссылка
Якорь <Tag id="имя якоря"> или

Объекты

Общий элемент:
Вставка объекта <OBJECT></OBJECT>
Частные случаи:
Изображение
Апплет <APPLET>
Другой документ <IFRAME>

Горизонтальная линия <HR>

Общие атрибуты многих элементов

Уникальное имя id="имя"
Группа (класс) к которому относится
элемент class="имя"
Кнопка быстрого доступа
accesskey="символ"

Атрибуты визуального представления объектов

ширина width="ширина"
высота height="высота"
положение объекта align="bottom|middle|
top|left|right"

Формы

Тело формы <FORM action=“обработчик” method=“get(в адресе)|post(в теле)” enctype=“тип содержимого” name=“имя”></FORM>

Элемент формы <INPUT name=“имя” type=“тип” value=“значение”></INPUT>

Типы элементов:

Однострочный текст text

Пароль password

Checkbox checkbox

Radio-button radio

Кнопка отправления submit

Кнопка отправления с картинкой image src=“url” alt=“текст”

Кнопка очистки формы reset

Выбор файла file

Кнопка с ассоциированным сценарием button

Кнопка <BUTTON name=“имя” value=“значение” type=“submit|reset|but-

ton”></BUTTON>

Меню выбора <SELECT size=“размер” name=“имя” [multiple]></SELECT>

Логическая группа опций <OPTGROUP></OPTGROUP>

Элемент меню <OPTION [selected] value=“значение” name=“имя”></OPTION>

Многострочное окно ввода текста <TEXTAREA name=“имя” rows=“строк” cols=“столбцов”></TEXTAREA>

Типы содержимого формы

Небольшие текстовые данные (по умолчанию) application/x-www-form-urlencoded

Большой объем не-ASCII и бинарных данных

multipart/form-data

Краткая справка по таблицам стилей CSS

Способы подключения стилей

```
<HEAD>
<STYLE type="text/css">
H1 {border-width:1;}
</STYLE>
```

```
<HEAD>
<STYLE type="text/css">
H1.myclass {border-width:1;}
</STYLE>
</HEAD>
<BODY>
<H1 class="myclass"></H1>
</BODY>
```

```
<HEAD>
<STYLE type="text/css">
#myid {border-width:1};
</STYLE>
</HEAD>
<BODY>
<H1 id="myid"></H1>
</BODY>
```

```
<LINK rel="stylesheet" href="mystyle.css"
type="text/css">
```

Единицы размеров: [+|-]ЦИФРАЕдиница

ex - x-height, ширина буквы "x" используемого элементом шрифта

px - pixels, пиксели

in - inches, дюймы

cm - centimeters, сантиметры

mm - millimeters, миллиметры

pt - points, точка (1pt = 1/72in)

pc - picas (1pc = 12pt)

Процентные меры:

+|-ЧИСЛО%

Цвета

#rrggbb (например, #00cc00)

rgb(x,x,x) -- где "x" число от 0 до 255

#rgb (например, #0c0)

rgb (x%,x%,x%) -- где "x%" число от 0.0 до 100.0 (например, 0%,80%,0%)

Ссылки URL('cool.gif')

Свойства CSS

(N) - не работает в Netscape 4.0 и ниже
(E) - не работает в МIE 4.0 и ниже

Выбор имени шрифта

font-family:выбор шрифта;

Начертание шрифта

font-style:normal|italic;

Все буквы маленькие (N)

font-variant:normal|small-caps;

Тип шрифта

font-weight: normal|bold|bolder(**NE**)|lighter|100-900;

Размер шрифта

font-size: размер|xx-small|x-small|small|medium|large|x-large|xx-large|smaller|larger;

Обобщение настроек шрифта

font: font-family font-style font-variant font-weight font-size;

Расстояние между словами (NE)

word-spacing: размер|normal;

Свойства текста

text-decoration: none|underline|overline(**N**)|line-through|blink(**E**);

Расстояние между буквами (N)

letter-spacing: размер|normal;

Вертикальное выравнивание инлайн элементов (N)

vertical-align: baseline|sub|super|top-text|top|middle|bottom|bottom-text|процент;

Изменение регистра букв инлайн элементов (N)

text-transform: none|Capitalize|UPPER-CASE|lowercase;

Выравнивание текста блок-элементов

text-align: left|right|center|justify;

Отступ для блок-элементов

text-indent: размер|процент;

Отступ сверху

line-height: normal|размер|процент;

Цвет

color: цвет;

Цвет фона

background-color: цвет;

Фоновое изображение

background-image: none|ссылка;

Повторение фонового изображения

background-repeat: repeat|repeat-x|repeat-y|no-repeat;

Скроллинг фонового изображения

background-attachment: scroll|fixed;

Положение неповторяющегося фонового изображения блок-элемента

background-position: процент_от_ширины процент_от_высоты|top|middle|bottom|left|center|right|расстояние_от_левого_края расстояние_от_вершины;

Обобщающее свойство фона

background: background-color background-image background-position background-attachment background-repeat;

Отступы

margin-top: размер|процент|auto;

Аналогично margin-right, margin-bottom, margin-left. Обобщающее свойство: margin.

Отступы от границы

padding-top: размер|процент

Аналогично padding-right, padding-bottom, padding-left. Обобщающее свойство: padding.

Толщина границы

border-top-width: размер|thin|medium|thick;

Аналогично border-right-width, border-bottom-width, border-left-width. Обобщающее свойство: border-width (одно значение для всех сторон, четыре через пробел - для каждой).

Цвет границы (N)

border-color: color;

Стиль границы

border-style:

none|dotted|dashed|solid|double|groove|ridge|inset|outset;

Обобщающее свойство для одной границы

border-top: border-top-width border-style border-color;

Аналогично border-right, border-left, border-bottom, border (для всех границ).

Ширина блок-элементов

width: размер|процент;

Высота блок-элементов

height: размер|процент;

Расположение элемента

float: left|right|none;

Расположение других элементов вокруг данного

clear: left|right|both|none;

Способ отображения элемента

display: none (не отображается)|block - (разбивает строку до и после элемента - элемент один на строке)|inline (не разбивает строку)|list-item (разбивает линию строку до и после элемента и добавляет маркер);

Способ отображения пробелов между элементами

white-space: normal ("сжимает" несколько подряд идущих пробелов в один)|pre (допускает отображение нескольких подряд идущих пробелов)|nowrap (не допускает перенос строки без тега
)

Стиль маркеров списка

list-style-type: disc|circle|square|decimal|lower-roman|upper-roman|lower-alpha|upper-alpha|none;

Маркеры списка в виде картинки

list-style-image: none|адрес;

Определение положения маркера

list-style-position: inside (при переносе следующие строки будут отображаться без отступа) | outside (по умолчанию);

Обобщающее свойство списка

list-style: list-style-type list-style-position list-style-image;

2. Определите **настройки сайта** (позиция Сайт/Site), включая параметры FTP-доступа, если они уже известны. Можно выйти на настройки сайта через п.1, и через меню Файлы Сайта/Sites->Новый Сайт/Define Sites.

Настройка - очень важный этап работы!

Если пп.1-2 выполнены грамотно, то в случае переименования файла, его удаления и т.д., DW сможет отслеживать и исправлять все внутренние согласования.

1. В окне, соответствующем вашему сайту (Site Manager), **создайте новый файл**, (а не новое окно в меню программы) Файл/File->Новый файл/New File и дайте ему имя.
2. Открыв файл непосредственно из окна Сайт, задайте **основные свойства страницы** (меню Изменить/Modify -> Свойства страницы/Page Properties);
Не забывайте осмысленно заполнять Заголовок/Title <title> ...</title>. Для пользователей удобно, когда в названии страницы кратко отражена структура сайта. Например: <title> Школа №1 СПб/ музей</title>.

Палитры Объектов/Objects и их Свойств/Properties можно в любой момент найти в меню Окно/Window;

1. Проверьте, чтобы у картинок и фотографий был прописан параметр alt="..." (в DW соответствующее поле в свойствах картинки). Иногда графику отключают...
2. В параметре face="..." тега font желательно указывать семейство шрифтов, из которого будет выбран шрифт, в случае отсутствия на компьютере указанного(DW сам предлагает списки). Например, face="Geneva, Arial, Helvetica, san-serif" обозначает приоритетное использование шрифтов вплоть до любого из семейства san-serif (без засечек).
3. Заполните мета-теги, особенно содержащие keywords и description (в DW есть спец. помощь среди объектов "Заголовок/Head");

Левый нижний угол окна DW показывает теги, которые старше "текущего".

Правый нижний угол окна DW содержит навигатор панелей, благодаря которому всегда под рукой карта сайта и история ваших деяний (если всё правильно настроено, см. пп.1-2),

а также инспектор кода. Эта панель ускоряет работу со стилями и библиотеками, если этим владеете. На мой взгляд, надо сначала познакомиться с CSS как таковыми, что очень полезно, а уж потом с соответствующим инструментарием DW.

1. Левее навигатора панелей находится поле задания размера окна. Протестировать сайт в разных режимах.
2. Приятно пройтись по коду командой **Очистить HTML**, а особенно Очистить Word HTML, если Вы использовали перевод документов в HTML средствами Word, например, пополняя раздел со статьями. (Команды/Commands->Очистить HTML/Clean Up HTML или соотв. Clean Up Word HTML).
3. Помните о проблеме **совместимости браузеров!**...если она Вас волнует :) DW позволяет в настройках (см. п.1) предусмотреть просмотр в нескольких браузерах, если они конечно же есть у Вас на компьютере. В решении проблем может помочь уже упомянутый инспектор кода в DW.
4. DW позволяет также использовать **слои, шаблоны**, макросы, вставлять нехитрую анимацию, очень широко использовать дополнительные расширения (Extension), которые в изобилии живут и множатся на соответствующем сайте [<http://www.macromedia.com/exchange/dreamweaver/>], доступном прямо из меню Помощь/Help (если во время работы с DW Вы можете выйти в Интернет). И помните про п.11.
5. **Публикация сайта** в Интернет происходит элементарно через Site Manager (см. п.3), используя прописанные в настройках сайта (см.п.2) параметры FTP-доступа.

В меню "Помощь/Help" содержатся подробные инструкции и уроки, а также полезные ссылки на родном для DW английском.

Список литературы

1. Кирсанов Д., Веб-дизайн. – СПб: Символ-Плюс, 2000.
2. Нильсен Я., Веб-дизайн. – Пер. с англ. – СПб: Символ-Плюс, 2000.
3. Мейксон П.Г., Подбельский В.В. Учебно-методический комплекс «Интернет-технологии – образованию»: Начала сайтостроения: Учеб. Пособие для системы доп. Проф. Образования. – М.: Федерация Интернет Образования. 2002.
4. Холмогоров В., Основы Web-мастерства. Учебный курс(+CD).- СПб: Питер, 2001
5. Мир Интернет, журнал. – СПб: Питер, 1998-2002.