

Marek Robak



Dziennikarstwo internetowe

skrypt

Na początek – rady dla twórców serwisów – 2
Jak się nauczyć tworzenia stron? – 2
Cechy publikacji internetowych – 5
Układ Strony – 5
Treść strony – 7
Nawigacja – 7
Historia internetu – 9
Czytanie adresów internetowych – 9
Wyszukiwanie danych – 10
Jak wpisywać hasła do przeglądarki? – 10
Technologie www – 11
Zanim stworzysz swoją stronę WWW (Dariusz Majgier) – 14
Projektowanie stron internetowych - uwagi ogólne (Agnieszka Richter) – 18
Podstawowe błędy przy tworzeniu stron internetowych – 21

do użytku wewnętrznego

Warszawa 2003

Na początek – rady dla twórców serwisów

1. Zachowaj kolejność – najpierw „co”, dopiero potem „jak”. Zanim zabierzesz się do tworzenia czegośkolwiek w internecie, napisz sobie na kartce odpowiedzi na najbardziej podstawowe pytania: Co chcesz zrobić? Dla kogo? Skąd weźmiesz materiały? Kto Ci pomoże? Czy znajdziesz czas? Jeśli nie potrafisz na te pytania odpowiedzieć, nie ma sensu brnąć dalej.
2. Pamiętaj, że większość pomysłów internetowych upada jeszcze przed zrealizowaniem albo tuż po. Typowy obrazek: strona www, której autorzy mieli świetny pomysł, ale po umieszczeniu jej w sieci nic się nie zmieniło; taka sytuacja potrafi trwać latami. Publikowanie w internecie jest tanie, bo nie trzeba kupować maszyny drukarskiej ani nadajnika. Udaje się jednak tylko nielicznym.
3. Bądź wszechstronny, bo taki jest internet. Dziennikarze internetowi łączą zazwyczaj różne umiejętności humanistyczne, artystyczne i techniczne. Nie zawsze można je rozdzielić, interesuj się więc wieloma aspektami, a czas pokaże w czym jesteś najlepszy. Dobrze jest też pracować w większym gronie – połączone umiejętności kilku osób zawsze więcej znaczą niż wybitny „rodzynek”.
4. Nie opieraj się na cudzej pracy ani na założeniu, że serwis będzie tworzony głównie przez czytelników. Jeśli nie masz dla nich nic do zaproponowania, to dlaczego uważasz, że oni będą w ogóle odwiedzać Twoją stronę?
5. Projektuj stronę przy pomocy kartki i ołówka, przy wyłączonym komputerze. To tajemnica sukcesu wielu projektów. Komputer narzuca określony sposób myślenia, ołówek i kredki sprzyjają bardziej twórczej pracy.
6. Pokazuj „niewtajemniczonym” znajomym efekty swojej pracy. Posadź siostrę albo kolegę przy komputerze przed projektem Twojej strony i uważnie się przyglądaj. Znajdą wady i błędy projektu, na które nigdy nie wpadłeś.
7. Rejestruj zachowanie czytelników. Korzystaj z liczników, a jeśli możesz, to także ze statystyk oglądalności i innych raportów. Statystyki pokażą Ci, co naprawdę cieszy się największym zainteresowaniem, a nie co – Twoim zdaniem – jest tu najciekawsze.

Jak się nauczyć tworzenia stron?

Między pierwszą stworzoną przez siebie stroną a profesjonalnym projektem jest przepaść – taka sama jak między osobą, która potrafi napisać na kartce „Ala ma kota” a kimś, kto pisze powieści rozchwytywane w całym kraju. Chociaż nie ma żadnej recepty na sukces, dobrze wiedzieć, czego należałoby się nauczyć, skąd i przy pomocy jakich narzędzi. Nie oznacza to, że każdy musi być specjalistą we wszystkich dziedzinach.

a) umiejętności

1. Język HTML, CSS, a najlepiej także JavaScript – to elementarz tworzenia stron. Bez niego ani rusz, ale nie należy też sądzić, że na tym kończy się sztuka webmasteringu.
2. Publikowanie stron przy pomocy protokołu FTP – jest konieczne do umieszczenia materiałów na serwerze. Jest proste, można się tego nauczyć w kilka minut.
3. Projektowanie stron (układ strony, nawigacja, formatowanie treści) – najważniejsza umiejętność, ale też najtrudniejsza do osiągnięcia. W Polsce wydano właściwie tylko jeden dobry podręcznik tej sztuki, największe znaczenia ma jednak praktyka.
4. Znajomość grafiki internetowej – ta mało doceniana umiejętność jest rzadko spotykana wśród polskich webmasterów. Tymczasem duża część negatywnych odczuć osób odwiedzających strony bierze się z niekompetencji graficznej.
Typowe błędy: niewłaściwy format pliku, źle ustawiona kompresja lub źle dobrana paleta indeksowanych kolorów, niekorzystanie z antialiasingu, niekorzystanie z przezroczystości, źle przeskalowana grafika, źle wykadrowane zdjęcie, zbyt duża objętość grafiki, zła korekcja kolorów i odcieni, zły dobór kolorów. Jeśli te błędy się pojawiają, czytelnicy mówią o dziwnych kolorach, niepotrzebnych wzorach, zakłóceniach i „brudach”, niewyraźnych zdjęciach, poszarpanych krawędziach, powolnym ładowaniu strony itd.
5. Znajomość języków PHP, SQL, Perl, ASP, Java, XML i in. a – technologie te wykorzystywane są przy tworzeniu nawet największych portali. Ich znajomość nie jest potrzebna w przypadku małych projektów, jednak w miarę ich rozrastania dzięki tym językom otwierają się nowe możliwości. Więcej na ten temat w dalszej części skryptu.

b) programy

Na rynku dostępnych jest mnóstwo lepszych i gorszych programów. W tym zestawieniu nie wymieniam wszystkich możliwości, proponuję jednak zestaw programów, których od kilku lat używam podczas zajęć w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW oraz podczas pracy nad własnymi projektami. Są to zazwyczaj programy bezpłatne, jednak ich możliwości porównywalne są z komercyjnymi odpowiednikami.

1. Edytory kodu HTML – wspomagają pisanie kodu html strony. Najbardziej znany jest HomeSite, a w Polsce Pajączek. Polecam najnowsze wersje dwóch znakomitych, choć bezpłatnych, programów: Zajączek (<http://www.amigo.pop.pl>) oraz EdHTML (<http://binboy.org/bs/>).

2. Edytory graficzne stron. Zdecydowanie odradzam uczenia się budowania stron w oparciu o te programy, najlepiej zacząć od edytorów kodu, ewentualnie później zacząć korzystać z narzędzi graficznych. Najbardziej znane edytory graficzne stron: Macromedia Dreamweaver, MS Front Page. Polecam Mozilla Komposer – edytor o sporych możliwościach, będący częścią znakomitego pakietu Mozilla – przeglądarki www, programu pocztowego (jest nieporównywalnie bezpieczniejszy niż Outlook) i in.
3. „Fotoretuszery” – programy do obróbki grafiki, retuszowania zdjęć i wielu innych funkcji. Najbardziej znane: Adobe Photoshop, Corel Photopaint, Paint Shop Pro. Polecam jedyny bezpłatny w tym gronie program GIMP, program o olbrzymich możliwościach, porównywalnych z uważanym za „numer 1” Photoshopem.

c) podręczniki i dokumentacje

Na rynku dostępne są dziesiątki książek nt. tworzenia stron www. Większość z nich **nadaje się tylko do śmieci** i nie jest warta swojej ceny. Podaję tu listę tylko najlepszych materiałów, do których na pewno warto sięgnąć.

1. Podręcznik HTML autorstwa Pawła Wimmera – najlepszy polski podręcznik języka HTML, dostępny bezpłatnie pod adresem <http://webmaster.helion.pl>. Dodatkowo można zajrzeć do kursu HTML Dariusza Majgiera (<http://web.reporter.pl/>) oraz do oficjalnej dokumentacji języka HTML (<http://www.w3c.org>, po angielsku).
2. Podręcznik webdesignera autorstwa Agnieszki Rychter (<http://www.kailastudio.com.pl/design/>) - bardzo ciekawy podręcznik projektowania stron, dostępny bezpłatnie, fragmenty dodane zostały do tego skryptu.
3. Jakob Nielsen, Projektowanie funkcjonalnych serwisów internetowych, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2003 – jedyny polskojęzyczny dobry podręcznik projektowania www, bogato ilustrowany, 416 stron. Chociaż kosztuje 80 zł, książka warta polecenia.
4. Podręczniki GIMP-a: gimp.signs.pl – ciekawy serwis poświęcony programowi, można tam znaleźć podręcznik tego programu z przykładami. Znajdują się też linki do dwóch znakomitych książek nt. GIMP-a po angielsku, dostępnych bezpłatnie do ściągnięcia: The GIMP Manual oraz Grokking the GIMP.
5. L. Welling, L. Thomson, PHP i MySQL. Tworzenie stron WWW, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2002, stron 795, cena ok. 80 zł – świetny podręcznik dla ambitnych, zainteresowanych technologią PHP + MySQL, najlepsza na polskim rynku książka na ten temat.

Cechy publikacji internetowych

- **multimedialność** – wykorzystuje się wiele form przekazu: tekst, obraz, dźwięk, animacja;
- **interaktywność** – czytelnik może wpływać na kolejność i sposób wyświetlania informacji, dane przez niego podane mogą modyfikować zachowanie serwisu;
- **dwustronność przekazu** – możliwości kontaktu z czytelnikami są ogromne, czytelnicy mogą współtworzyć serwis (komentarze, czat, głosowanie), zmniejszając się różnice między nadawcą i odbiorcą;
- **wielostrukturalność dostępu** – dostęp do tych samych podstron możliwy jest na różne sposoby (linki na pierwszej stronie, guziki i banery, indeks haseł, wyszukiwarka);
- **powszechność** – materiały opublikowane w internecie dostępne są od razu dla czytelników z całego świata;
- **ulotność** – dane znajdujące się pod pewnym adresem można skasować, nie pozostawiając po nich żadnego śladu, co utrudnia katalogowanie internetu;
- **anonimowość** – chociaż czytelnik może współtworzyć serwis, nie jesteśmy w stanie stwierdzić, czy jest on rzeczywiście tą osobą, za którą się podaje; na czatach spotykane są nieraz sytuacje podawania się mężczyzn za kobiety i kobiet za mężczyzn;
- **łatwość prowadzenia badań** – wystarczy stworzyć odpowiednie mechanizmy po stronie serwera, by rejestrować każde wejście na stronę, liczyć oglądalność i móc przeanalizować także inne informacje (np. z jakich przeglądarek korzystają czytelnicy lub z jakich krajów się łączą);
- **łatwość modyfikacji** – tekst wydrukowany w gazecie pojawia się na papierze bezpowrotnie, informacje w internecie można w każdej chwili poprawić, uaktualnić lub nawet skasować;
- **profilowalność** – zawartość serwisu można modyfikować w zależności od tego, kto ją ogląda;

Układ Strony

Nie wnikając w niuanse graficzne, można zauważyć kilka charakterystycznych rodzajów układu strony www. Układy te – co najważniejsze – powinny zależeć od tego, jaki cel stawiamy serwisowi. Czy ważniejsza jest duża liczba informacji czy ogólne wrażenie jakie pozostawimy w czytelniku. Oto najbardziej typowe rodzaje stron:

1. Tzw. strony domowe – czyli strony prywatnych osób, na których zdjęcia kota mieszają się z ulubionymi dowcipami. Strony te mają zwykle amatorski wygląd i służą przede wszystkim utrzymaniu radości właściciela.

2. Małe serwisy tematyczne. Amatorskie strony www poświęcone określone mu zagadnieniu. Mają prosty układ, ale często są kopalnią wiedzy na różne tematy. Najczęściej opierają się na układzie dwóch szpał: lewy pasek nawigacyjny + prawa część z treścią.
3. Strony reklamowe – służą głównie zbudowaniu wrażenia niż dostarczeniu informacji. Zawierają dużo profesjonalnie przygotowanej grafiki i niewiele tekstu. Ich głównym celem jest zbudowanie wrażenia.



Ilustracja 1 Strona Herbapolu jest typowym przykładem serwisu wizerunkowego

4. Portale i wortale (czyli portale tematyczne) – profesjonalne serwisy o charakterze informacyjnym. Tekst przeważa w nich nad grafiką, powierzchnia jest wykorzystana możliwie najbardziej efektywnie.



Ilustracja 2 wp.pl - typowe cechy portalu: dużo treści, przewaga tekstu nad grafiką

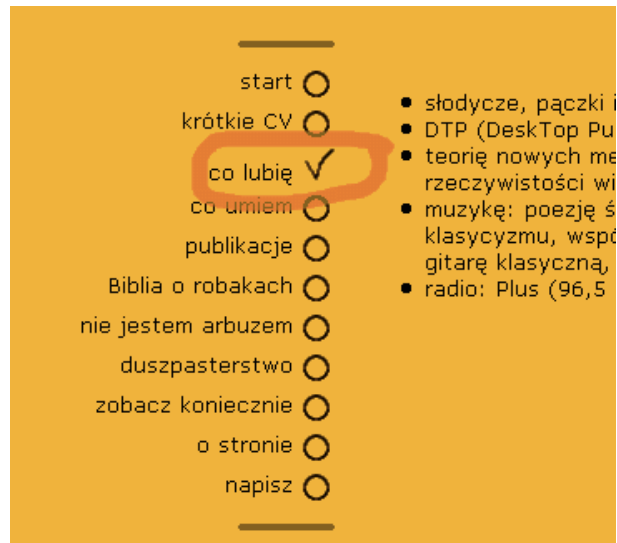
Treść strony

1. Używaj czcionek bezszeryfowych (Verdana, Tahoma, Helvetica), gdyż wyglądają na ekranie lepiej niż czcionki szeryfowe.
2. Zadbaj o czytelność tekstu, unikaj jaskrawego tła, bądź ostrożny z jasnymi literami na czarnym tle.
3. Dziel tekst na krótkie akapity, unikaj zbyt długiego tekstu, używaj wypunktowania.
4. Unikaj zbyt szerokich szpalt z tekstem, gdyż źle się je czyta.
5. Umieść w tekście nawigację (powrót na górę, odnośniki do poszczególnych podrozdziałów itd.)
6. Jeśli tekst odnosi się do czegoś (np. do instytucji), niech będzie linkiem do niej.
7. Streszczaj się. Pisz od razu, o co Ci chodzi. Nie zmuszaj internauty do klikania 5 razy zanim znajdzie to czego szuka.

Nawigacja

Nawigacja jest jednym z najważniejszych elementów strony. Wszystkie podręczniki webmasteringu są zgodne, że dobra, przejrzysta, jednoznaczna nawigacja jest o wiele ważniejsza niż jakakolwiek efektowna grafika. Potwierdzają to badania użytkowników internetu. Należy więc pamiętać, że:

1. Nawigacja powinna znajdować się na każdej stronie. Oprócz spisu działów trzeba pamiętać o takich elementach jak „powrót”.
2. Graficzne ikonki, choć mogą być ładne, nie zawsze są jednoznaczne. Dlatego w nawigacji używa się przede wszystkim opisów tekstowych.
3. Jeśli element nawigacji jest obrazkiem, należy dopilnować, by nie był zbyt dużym plikiem (czas ładowania!) oraz by miał zawsze tekstowy opis (atrybut ALT).
4. Używaj znaczków typu „jesteś tutaj”, które pokazują w części nawigacyjnej aktualne miejsce.
5. Nawigacja najczęściej znajduje się na pasku z lewej strony lub poziomo na górze strony. Internauci są do tego przyzwyczajeni, nie musisz zmieniać na siłę ich nawyków.



Ilustracja 3 Dzięki znaczkowi stanu ("jesteś tutaj") czytelnik wie dokładnie, gdzie się znajduje



Ilustracja 4 Typowa nawigacja na pasku z lewej strony

Historia internetu

Dzieje elektronicznej sieci sięgają czasów zimnej wojny. Kiedy w 1957 r. Związek Radziecki wystrzelił Sputnika, Stany Zjednoczone postanowiły nie być gorsze w dziedzinie nowoczesnych technologii. Departament Obrony Stanów Zjednoczonych utworzył organizację o nazwie ARPA (Advanced Research Projects Agency), która miała się zająć opracowywaniem nowych technologii na potrzeby armii.

ARPA skonstruowała nowoczesny system łączności, który sprawdziłby się w czasie wojny, nawet wojny nuklearnej. Przyjęto dwa założenia: 1. System musi działać niezależnie od uszkodzeń poszczególnych jego elementów. Powinien więc być zdecentralizowany, aby atak na centralę nie sparaliżował działania całości. 2. Powinna to być łączność kablowa, gdyż w przypadku ataku nuklearnego wybuch bomby atomowej zakłóca fale radiowe.

W 1969 r. narodziła się sieć nazwana ARPANet, która spełniała postawione przed nią warunki. Pierwowzór internetu opierał się na genialnym sposobie przekazywania danych – gdy jedna droga komunikacji okazała się niedrożna, system szukał innej możliwości przesłania danych do adresata.

Sieć komputerowa się rozwijała, z czasem zaczęły nad nią pracować ośrodki badawcze i uniwersytety. W 1973 r. sieć przekroczyła Atlantyk, docierając do Wielkiej Brytanii i Norwegii. W 1974 r. wysłano pierwszego e-maila.

Kluczowe znaczenie dla rozwoju internetu miał jednak przełom lat 80. i 90. W szwajcarskim instytucie fizyki cząstek elementarnych CERN pracował wtedy anglik Tim Berners-Lee, który zastanawiał się nad sposobem połączenia danych w internecie w jakąś większą, łatwą do przeszukiwania strukturę. W 1989 r. wpadł na pomysł wprowadzenia hipertekstu, czyli tekstu uzupełnionego o odnośniki do innych tekstów, plików itd. W ten sposób powstała ogólnosiwiatowa pajęczyna, czyli World Wide Web ([WWW](#)). Berners-Lee wymyślił specjalny prosty język html (Hypertext Markup Language), który umożliwiał nadanie tekstom odpowiedniej struktury i uzupełnienie ich o łącza (ang. links) do innych plików. W ciągu kilku lat [WWW](#) stało się jedną z najpopularniejszych usług sieciowych.

Czytanie adresów internetowych

<http://www.firma.com.pl/katalog/index.html?id=234&cols=2>

- **http://** - HyperText Markup Language – nazwa protokołu przesyłania stron [www](#); w przypadku ściągania innego typu plików (np. programów) używa się czasem protokołu ftp (File Transfer Protocol). Wpisując adres do przeglądarki można pominąć ciąg „http://”.
- [www.firma.com.pl](#) – adres serwera. Czyta się od końca.
- ostatni człon (pl) określa kraj serwisu internetowego. Jeżeli nie ma tego członu w adresie, odnosi się on do Stanów Zjednoczonych lub jest adresem instytucji międzynarodowych;

- drugi człon określa typ nadawcy, na przykład:
 - com (commercial) – firmy komercyjne, np. www.sony.com.pl,
 - edu (education) – instytucje edukacyjne, np. www.uksw.edu.pl,
 - gov (government) – instytucje państwowe/rządowe, np. www.sejm.gov.pl,
 - org (organisation) – organizacje pozarządowe typu non-profit, fundacje, np. www.batory.org.pl,
 - net (network) – sieci, np. www.astercity.net.
- kolejne człony określają nazwę instytucji, kolejnych podserwerów lub poddomen. Ich układ zależy od konfiguracji serwera, cały adres może się składać z wielu członów oddzielonych kropkami (np. www3.serwer1.biuro.firma.com.pl).

Wyszukiwanie danych

Internet jest gigantyczną biblioteką, ale jak znaleźć w nim informacje na temat, który nas interesuje? Najważniejsze sposoby są następujące:

- zaglądamy do serwisów i katalogów, poświęconych danej tematyce. Serwisy poświęcone danemu zagadnieniu zawierają zwykle najważniejsze linki do podobnych stron.
- wpisujemy hasło do jednej z wyszukiwarek, np. www.google.pl, czy www.net-sprint.pl oraz ich odpowiedników w największych portalach (onet.pl, wp.pl).
- zaglądamy na strony, które znamy i wiemy, że są poświęcone danej tematyce. Odnośniki do takich stron można zapamiętywać w „Ulubionych” przeglądarki. Ten sposób szukania ma wielką zaletę: nie trzeba sprawdzać zawartości dziesiątek stron, z których tylko niektóre zawierają interesujące nas materiały.

Jak wpisywać hasła do przeglądarki?

- **Hasła.** Zastanów się, jakie słowa najlepiej opisują to, czego szukasz i wpisz je do okienka wyszukiwarki, oddzielając spacjami;
- **Cudzysłów.** Jeżeli używasz kilkuwyrazowego hasła weź je w cudzysłów, np. zamiast wpisać Henryk Sienkiewicz lepiej jest wpisać „Henryk Sienkiewicz” (w pierwszym przypadku wyszukiwarka poda też strony związane np. z Kubą Sienkiewiczem i Henrykiem II);
- **Plus.** Jeżeli jakieś hasło/słowo musi wystąpić, postaw znak „+” bezpośrednio przed tym hasłem/wyrazem (bez spacji!), np. zamiast wpisywać piłka nożna wpisz piłka +nożna, a jeszcze lepiej po prostu „piłka nożna”. W pierwszym przypadku przeglądarka wyszuka także strony związane np. z piłką ręczną. Jeśli szukasz stron hotelów w Warszawie, zamiast wpisywać hotel Warszawa, wpisz +hotel +Warszawa (w pierwszym przypadku przeglądarka wyszuka wszystkie strony związane z hotelami lub Warszawą);

- **Minus.** Jeżeli szukasz stron, na których nie powinno występować jakieś hasło, wpisz je, poprzedzając znakiem „-”. Na przykład: szukasz stron związanych z piłką (ręczną, plażową itp.), ale nie interesuje cię piłka nożna. Wpisz wtedy: piłka – nożna.
- **Site.** Jeżeli interesuje cię wyszukanie danych występujących pod konkretnym adresem internetowym, a nie w całym internecie dopisz do hasła sekwencję site:adres. Np. szukamy wystąpień słowa „świeccy”, ale wyłącznie na stronach Episkopatu Polski. Wpisujemy wtedy w okno wyszukiwarki: świeccy site:www.episkopat.pl. W ten sposób można wykorzystać wyszukiwarkę do przeszukiwania własnej strony.
- **Otwieranie w nowym oknie/panelu.** Po zadaniu pytania wyszukiwarka zwraca listę odpowiedzi w formie linków. Wygodniej jest, zamiast klikać na odnośnik, otworzyć go w drugim oknie lub w nowym panelu (tę możliwość ma przeglądarka Mozilla, Internet Explorer nie). Dzięki temu z pierwszego okna nie znika lista wyszukanych haseł.

Technologie www

Zanim osoba, która wpisała w okienku przeglądarki adres strony internetowej, zobaczy jej zawartość, serwer musi pobrać i przygotować odpowiednie pliki, a po ich odebraniu przeglądarka analizuje ich zawartość i na tej podstawie konstruuje wygląd strony. To, co ukaże się na ekranie, zależy zatem zarówno od sposobu przygotowania stosownego kodu przez serwer, jak też od poleceń wydanych przeglądarce. Dlatego w technologiach tworzenia stron www mówi się o dwóch grupach rozwiązań:

- Technologie **client-side**, czyli „po stronie klienta” – to rozwiązania, w których modyfikacji wyglądu strony dokonuje przeglądarka.
Zalety: nie obciążają serwera;
Wady: nie wiadomo nigdy do końca, czy przeglądarka użytkownika będzie umiała obsłużyć zastosowaną technologię.
- Technologie **server-side**, czyli „po stronie serwera” – to rozwiązania, w których modyfikacji zawartości strony dokonuje serwer, a przeglądarka często nawet nie wie, że przed wysłaniem strony do użytkownika w jej treści zostały dokonane jakieś zmiany.
Zalety: nie trzeba się martwić, czy przeglądarka obsługuje wybraną technologię;
Wady: obciążają dodatkowo serwer, konieczność skonfigurowania serwera, technologie s-s dostępne są prawie wyłącznie na płatnych serwisach.

Client-side

- **HTML** (HyperText Markup Language) – podstawowy język opisu stron internetowych, obecnie obowiązuje jego czwarta wersja. Ustalaniem standardu tego ję-

zyka zajmuje się W3C = World Wide Web Consortium, choć żadna z obecnie istniejących przeglądarek nie jest w pełni zgodna z tym standardem. Starsze przeglądarki nie zawsze akceptują wszystkie możliwości HTML 4.0.

- **Grafika.** Język HTML pozwala na dołączanie do stron internetowych grafiki w następujących formatach (są one obsługiwane przez wszystkie przeglądarki, z wyjątkiem tekstowego Lynxa):
- **jpeg/jpg** (Joint Photographic Experts Group) – format stworzony z myślą o fotografiach, pozwala znacząco zmniejszyć ich objętość przy pewnej utracie jakości;
- **gif** (Graphic Image Format) – format służący do zapisu prostej grafiki o ograniczonej liczbie kolorów. Wersja tego formatu nazwana GIF89a umożliwia tworzenie animowanych gifów, czyli prostych, kilkuklatkowych animacji, np. na potrzeby banera reklamowego.
- **png** – format nowocześniejszy od gif-a. Stopniowo wypiera go, gdyż firma, która opatentowała format gif, zaczęła domagać się opłat od twórców oprogramowania wykorzystującego gify.
- **CSS** (Cascade Stylesheet) – kaskadowe arkusze stylów. Służą do określania, w jaki sposób będą wyświetlane na stronie poszczególne jej elementy (podaje się np. wielkość i krój czcionki, kolory, marginesy, obramowania i in.). CSS pozwala oddzielić zawartość strony od sposobu jej wyświetlania. Technologia ta jest częścią specyfikacji HTML 4.0, najstarsze przeglądarki nie potrafią jej obsługiwać.
- **JavaScript** – prosty język programowania opracowany przez firmę Netscape, którego kod umieszczany jest bezpośrednio w kodzie strony. Umożliwia tworzenie prostych efektów na stronie. JS akceptowany jest przez większość przeglądarek.
- **Java (aplety)** – trudny język programowania o bardzo dużych możliwościach, opracowany przez firmę Sun. Umożliwia tworzenie m.in. interaktywnych prezentacji danych, obsługę czatów i wiele in. Java działa na komputerach z różnymi systemami operacyjnymi. Program w tym języku napisany pod kątem uruchomienia go w przeglądarce nazywa się apletem. Javę można uruchamiać na komputerach z zainstalowaną tzw. wirtualną maszyną Javy (jest instalowana domyślnie razem z większością przeglądarek). Uwaga: aplety obciążają w znaczący sposób komputer użytkownika.
- **XML** (Extensible Markup Language) – technologia uważana za następcę HTML-a w niektórych zastosowaniach. Jest o wiele bardziej elastyczna i opiera się na oddzieleniu danych (XML), ich struktury (DTD) oraz sposobu wyświetlania (XSL).
- **Flash** – technologia tworzenia interaktywnych animacji, opracowana przez firmę Macromedia. Flash ma olbrzymie możliwości w tworzeniu prezentacji, a pliki w tym formacie wyróżniają się małą objętością. Flash nie jest standardem, wymaga doinstalowania tzw. plug-ina, choć niektóre przeglądarki proponują dodanie ob-

sługi tego formatu już przy instalowaniu samej przeglądarki. Jeżeli jakaś strona www stworzona jest we Flashu, powinna mieć też drugą wersję w samym HTML.

Server-side

- **SSI (Server-Side Include)** – prosta technologia, umożliwiająca wstawienie do dokumentu HTML innego pliku, informacji o dokumencie lub uruchomienie programu na serwerze. Pliki wykorzystujące SSI mają zwykle rozszerzenie .shtml.
- **CGI (Common Gateway Interface)** – ogólna nazwa technologii umożliwiającej przekazanie informacji z serwera do języka programowania (np. Perl, PHP, ASP, Java – uwaga! języki te czasem wywoływane są jako CGI, a czasem wbudowuje się je bezpośrednio w przeglądarkę – wtedy nie jest to już CGI), a następnie otrzymanie informacji zwrotnej. W oparciu o technologię CGI tworzona jest duża część dynamicznych serwisów WWW.
- **Perl (Practical Extraction and Report Language)** – bezpłatny język programowania, dysponujący olbrzymimi możliwościami przetwarzania danych. W ostatnich latach wyparty przez PHP. Pliki mają rozszerzenie .pl.
- **PHP (Hypertext Preprocessor)** – bezpłatny język programowania, napisany specjalnie na potrzeby tworzenia serwisów www. Bardzo wygodny w użyciu, oprócz możliwości Perla potrafi np. łatwo obsługiwać bazy danych, generować samemu obrazki (np. z wykresami) i in. Pliki mają rozszerzenie .php, .php3, .php4 lub .phtml.
- **ASP (Active Server Pages)** – technologia dostępna przede wszystkim dla serwerów pracujących pod kontrolą Windows NT/2000. Łatwa w użyciu, spore możliwości. Pliki mają rozszerzenie .asp.
- **.NET** – najnowsza technologia firmy Microsoft, umożliwia tworzenie dynamicznych serwisów z wykorzystaniem różnych, zintegrowanych na jednej platformie technologii. Obecnie dostępna jedynie dla serwerów Windows 2000/XP.
- **Java (serwlety)** – serwlety Javy to bardzo potężne narzędzie tworzenia serwisów www. Używa się m.in. technologii JSP (Java Server Pages – rozszerzenie .jsp) i Jserv (bezpłatna). Język ten bardzo łatwo rozszerzać o nowe możliwości, które wydają się nieograniczone. Program w Javie działający na serwerze nazywa się serwletem. Wady: pisanie w Javie jest trudniejsze niż w PHP, obecnie Java nie jest w pełni stabilna i znacząco obciąża serwer.
- **bazy SQL (Structured Query Language)** – jest to rodzina baz danych, z którymi można komunikować się za pomocą łatwego do nauczenia języka SQL. W dużych serwisach internetowych cała ich zawartość powstaje dynamicznie, a wszystkie teksty i inne materiały przechowywane są w bazach danych. Z bazami danych komunikują się języki programowania (Perl, PHP, ASP, Java). Najpopularniejsze bazy SQL: MySQL, Postgres, Oracle (dwie pierwsze bezpłatne).

- **XML** – język ten wykorzystywany jest także w technologiach server-side. Na przykład: dane przechowywane są w XML i bazie danych, a następnie generowane przez jeden z ww. języków programowania. Do przeglądarki wysyłany jest gotowy plik HTML.

Zanim stworzysz swoją stronę WWW (Dariusz Majgier)

Fragment autorstwa Dariusza Majgiera został zaczerpnięty ze strony <http://web.reporter.pl>.

Wydawać by się mogło, że do wykonania dobrej strony WWW najważniejsza jest umiejętność posługiwania się językiem HTML, znajomość programów, wiedza techniczna i doświadczenie w pracy z komputerem. Jeżeli tak myślisz, postaram się przekonać Cię, że HTML i CSS to ostatnia rzecz, jakie musisz znać przy projektowaniu dobrej strony.

Dla mnie zakodowanie strony w języku HTML (lub jakimkolwiek innym) jest ostatnim etapem pracy przy witrynie. Wcześniej projekt serwisu dojrzewa od kilkunastu dni nawet do kilku lat (!) w mojej głowie i na wielu kartkach papieru. Gdybym chciał określić procentowo ilość czasu jaki poświęcam na kodowanie i projektowanie serwisu, to myślę, że projekt zajął by mi nawet do 98 proc. czasu potrzebnego na powstanie strony, a kodowanie wszystkiego w postaci stron HTML to dosłownie "chwila".

Wiedz czego chcesz

Wiele osób chce mieć stronę, jednak sama chęć nie wystarcza. Już po chwili rodzą się różne pytania. Jaki wygląd ma mieć strona? Co powinna zawierać? Jakich narzędzi użyć do jej stworzenia? Czy można na niej zarobić?

Warto usiąść i określić co chcemy na niej zamieścić oraz wypisać funkcje, które ma spełniać. Nie są to łatwe decyzje, ale trzeba je podjąć już na wstępie. Od nich zależy konstrukcja menu, wygląd strony głównej, ilość działów, nawigacja, liczba dokumentów i grafik, które będą nam potrzebne do zbudowania serwisu.

Wczuj się w rolę czytelnika, pomyśl co zrobi gdy wejdzie na Twoją witrynę, czego będzie szukał, co możesz mu zaoferować, jaki jest koszt stworzenia strony. Swoje przemyślenia przedstaw kilku osobom i zapytaj co sądzą o pomysle. Z pewnością odpowiedzą Ci, co ich zdaniem należałoby dodać lub zmienić.

Pamiętaj, że serwis internetowy różni się od książki lub gazety. Nikt nie czyta długich tekstów, jeżeli nie musi lub nie chce. Treść musi być na tyle ciekawa, aby zatrzymać użytkownika na dłużej. Jeżeli witryna będzie interesująca i oryginalna, wiele osób będzie z niej korzystać, a przecież o to chodzi!

Pierwsze wrażenie

Pamiętaj, że pierwsze wrażenie można zrobić tylko raz. Internet to miliony stron - jeżeli wejdę na jedną z nich i nie zrobi na mnie dobrego wrażenia, już na nią nie powrócę. Szkoda czasu. Więc bardzo ważne jest, aby strona była możliwie najlepiej dopracowana już podczas jej pierwszej prezentacji w Internecie. Ba, ale jak to osiągnąć? Jest kilka sposobów...

Teksty - nie mogą być nudne, zbyt długie, rozlazłe i niestarannie napisane. Sprawdzaj błędy ortograficzne, czytaj je po kilka razy, zastanów się nad używanym słownictwem. Jeżeli tekst jest dłuższy stosuj punkty, akapity lub rozdziały. Gdy powołujesz się na jakieś informacje zawsze umieszczaj ich źródło. Nie możesz napisać, że w Polsce 10% ludzi korzysta z Internetu, jeżeli nie podasz skąd masz takie dane (no, chyba, że sam to zbadasz). Zastanów się, czy teksty będziesz pisać samemu, czy może pozyskasz je od innych autorów lub serwisów.

Grafika - musi być odpowiednio dobrana do serwisu. Jeżeli nie masz zdolności plastycznych, popytaj znajomych, czy nie mogliby pomóc. Ważny jest dobór kolorów, kształtów, zestawienie grafik z innymi elementami strony. Pomyśl o zdjęciach - urozmaicają tekst i przyciągają oko. Możesz je robić samodzielnie, zlecić wykonanie fotografowi lub postarać się o nie z innych źródeł. Jeżeli będziesz robić wiele zdjęć, może przydałby się aparat cyfrowy lub skaner? Pamiętaj, że grafika ma ułatwiać, a nie utrudniać poruszanie się po stronie.

Nawigacja - dzięki niej możesz bardzo wiele zyskać. Bezproblemowe poruszanie się po serwisie, wyszukiwanie informacji czy proste przechodzenie pomiędzy różnymi działami to jedne z najważniejszych cech dobrej witryny. Użytkownik zawsze wybierze serwis, który sprawia mu mniej kłopotów podczas wędrówki - pamiętaj o tym podczas projektowania przejść pomiędzy stronami. Im więcej kliknięć, pułapek i niespodzianek czegoś na odbiorcę, tym bardziej będzie on poirytowany. Przygotuj mapę serwisu, jeżeli jest bardzo rozbudowany. Nikt nie będzie szukał przez godzinę informacji, z których korzysta na co dzień. Jeżeli to możliwe zbadaj preferencje użytkowników i to, z czego korzystają najczęściej, umieść na stronie głównej. Pamiętaj o umożliwieniu kontaktu z Tobą lub z osobą, która odpowiada za witrynę. Jeżeli nie chcesz odpowiadać na listy użytkowników to najlepiej zapomnij o Internecie i zabierz się za uprawę buraków pastewnych - ułatwisz w ten sposób życie sobie i wielu osobom.

Prawa autorskie - przestrzegaj je zawsze i za wszelką cenę, a jeżeli masz wątpliwości, pytaj o zgodę autorów. Pamiętaj, że wszystko co nie jest Twoje należy do kogoś innego. Jeżeli chcesz użyć czyjegoś tekstu, grafiki, zdjęcia lub oryginalnego pomysłu, MUSISZ mieć jego zgodę i to najlepiej na piśmie. Jeżeli wykorzystasz czyjeś prace bez poszanowania praw autorskich grozi Ci nie tylko zepsucie opinii w środowisku, ale również odpowiedzialność karna, a wtedy straty finansowe mogą być bardzo dotkliwe i wielokrotnie przewyższać koszt zakupu wykorzystywanych materiałów. Zawsze pytaj o zgodę jeżeli chcesz coś przedrukować lub zamieścić na własnej

stronie. Zwykle firmy lub osoby prywatne udzielają zgody bez problemu jeżeli nie prowadzisz serwisu komercyjnego. W Internecie jest też wiele materiałów bezpłatnych, z których można korzystać również do celów komercyjnych (jak ten kurs HTML). Ale musi to być wyraźnie napisane - jeżeli tak nie jest, najlepiej wyjaśnij wątpliwości u autora prac.

Aktualizacja - to magnes na czytelnika. Witryna nie może być martwa. Staraj się przewidzieć jak często będzie dodawana nowa zawartość. Im częściej będzie się pojawiać coś nowego, tym częściej ludzie będą przychodzić aby to zobaczyć. Jeżeli nie będziesz w stanie uzupełniać witryny codziennie, staraj się aby chociaż raz w tygodniu dodać choćby kilka słów od siebie.

Nie wiem co chcę pokazać!

To częsty problem. Chcesz mieć stronę, ale nie wiesz co na niej umieścić... Na szczęście jest wiele elementów, które są wspólne dla różnych witryn. Możesz też odwiedzić inne, podobne strony, aby zobaczyć jakie informacje umieszcza konkurencja. Warto zrobić własne "badanie rynku", bo dzięki temu zobaczysz, czy to co chcesz zrobić nie zostało już wcześniej wykonane. Pół biedy, jeżeli Twój pomysł ktoś zrealizował w kiepski sposób i możesz wykonać lepszą witrynę. Gorzej, gdy serwis, który planujesz uruchomić, konkurencja zrobiła już dawno temu i cieszy się on dużą popularnością, a na dodatek nie masz szans zrobić go lepiej. Wtedy masz poważny problem.

"Kontakt". Zaczynaj od strony kontaktowej - może to być adres e-mail, telefon, ulica, miasto, mapka opisująca jak do Ciebie dojechać. Jeżeli lubisz zaskakiwać podaj np. szerokość i długość geograficzną. Jeżeli ktoś ma GPS może dotrzeć do Ciebie wykorzystując dane satelitarne.

"O autorze/O firmie/O serwisie". Napisz kilka zdań o sobie - kim jesteś, co robisz, ile masz lat, czym się interesujesz. Możesz też dodać swoje zdjęcie. Firmy w tym miejscu opisują zwykle swoją historię, ofertę, dokonania. Możesz też napisać kilka zdań o serwisie - do kogo jest skierowany, co można w nim znaleźć.

"Nowości/Informacje prasowe". Wydziel stronę, na której opisywać będziesz zmiany i zapowiedzi nowych tekstów. Firmy tworzą zwykle sekcję dla prasy, aby dziennikarze mogli pobierać najnowsze doniesienia. Pomyśl o Newsletterze. Jeżeli chcesz mieć kontakt z czytelnikami daj im możliwość pozostawienia adresów e-mail. Mając bazę adresów, możesz wysyłać im co jakiś czas informacje o nowościach. Tylko pilnuj bazy i nie udostępniaj jej innym, jeżeli czytelnicy nie wyrazili na to zgody. Chronić dane czytelników, bo jeżeli trafią one w niepowołane ręce, nigdy więcej ludzie Ci nie zaufają.

"Katalog stron WWW". Spis podobnych witryn poukładany tematycznie. Umieść też adresy swojej konkurencji - nie zaszkodzi. Gdy ktoś będzie chciał zgłębić temat wej-

dzie do innych serwisów. I to nic, że teraz uciekniesz z Twojej strony, ale będzie do niej wracał, bo wie, że tylko u Ciebie znajdzie kompletny zestaw adresów internetowych.

"Ankieta". Ważna rzecz - zadając pytania poznasz bliżej swoich odbiorców i lepiej dostosujesz serwis do ich wymogów. Jest wiele typów ankiet, więc też musisz przemyśleć, które będą Ci najbardziej odpowiadać.

Co jeszcze... Każda strona ma swoje specyficzne działy. Jeżeli prowadzisz serwis o muzyce to pewnie przedstawiś sylwetki muzyków, wywiady, książki, nagrania w MP3, teksty piosenek. Gdy myślisz o serwisie turystycznym opiszesz trasy wycieczek, schroniska, hotele, podasz rozkłady jazdy pociągów, pogodę na najbliższe dni w różnych regionach. Jeżeli masz serwis finansowy, rozsądne jest podanie aktualnych kursów walut. W prywatnym serwisie możesz opisać swoje hobby, ulubione książki, pokazać własną twórczość, opisać drzewo genealogiczne rodziny.

Chcesz osiągnąć sukces, prawda?

Zanim cokolwiek zrobisz, przemyśl jak to zrobisz! Katalog stron WWW ma każdy, więc dlaczego Twój ma być lepszy od innych i dlaczego to właśnie z Twojego katalogu stron mają korzystać ludzie? Wszystko zależy od tego, jak go wykonasz. Ważne jest grupowanie adresów w logiczne kategorie, umieszczanie ciekawych opisów, możliwość zgłaszania nieistniejących stron. Zastanów się czy dodasz wszystkie adresy stron WWW czy tylko te najlepsze? Musisz mieć coś więcej niż konkurencja aby zaistnieć w Internecie. I nie jest to wcale zadanie proste.

Nie staraj się robić strony o wszystkim. Wiem, że interesują Cię sporty wodne, lotnictwo, książki, muzyka, aerobik, jazda konna i GSM. Lepiej jest się jednak skupić na jednym temacie, ale za to opracować go dokładnie. Tylko wtedy ludzie docenią Twój trud. Stron o telefonach komórkowych jest setki, ale czytelnicy najczęściej odwiedzają tylko kilka z nich. Wybierz jedną tematykę, na której znasz się najlepiej i jej poświęć swój czas.

Projekt musi być elastyczny i łatwy do szybkiego przebudowania. Jeżeli będziesz dodawać nowe pozycje do menu, grafika nie może Cię ograniczać. Stwórz "style book", czyli książkę standardów. Dzięki temu nie zapomnisz, jakich czcionek, kolorów i proporcji używasz do wykonania wszystkich elementów serwisu.

Już teraz pomyśl z jakimi serwisami i osobami będziesz współpracować, co zrobisz aby wypromować serwis, do których katalogów i wyszukiwarek go dodasz. Warto przemyśleć też sprawę reklamy (haseł reklamowych) i bannerów. Część miejsca w serwisie przeznacz na bannery innych. Reklama jest bardzo ważna - po co Ci serwis, o którym nikt nie wie?

Są jeszcze ograniczenia. Pewnych rzeczy nie warto robić jeżeli nie dysponujesz odpowiednimi narzędziami i technologiami. Krótka historyjka zobrazuje co mam na

myśli... Zbieram bilety komunikacyjne z całego świata i mam ich niemal 10 tys. Wiele lat temu chciałem przenieść kolekcję do Internetu. Nie miałem wtedy dostępu do baz danych i PHP. Musiałbym stworzyć 10 tys. osobnych stron HTML opisujących każdy bilet. Zajęcie byłoby tak pracochłonne, że pewnie serwis tworzyłbym kilka lat, a teraz musiałbym wszystko przerabiać! To co kiedyś było niewykonalne, dzisiaj mogę zrobić szybciej i lepiej. Warto więc czasem czekać nawet kilka lat niż na siłę tworzyć coś, co z założenia nie ma sensu.

I najważniejsze - cierpliwość i pasja. W ciągu tygodnia nie osiągniesz sukcesu. Nie wystarczy miesiąc, a nawet pół roku. Dobry serwis wymaga stałej aktualizacji i wielu wyrzeczeń przez lata. Im bardziej się rozrasta tym więcej masz przy nim pracy. Zapał wygasa, przychodzą chwile zwątpienia. Reportera tworzę od 1996 r. i bardzo lubię przy nim pracować, ale miewałem okresy, kiedy chciałem rzucić to wszystko i zająć się czymś innym. Duży serwis potrafi też zmienić człowieka. Długie przebywanie przed komputerem nie jest dobre dla zdrowia, wpływa też na psychikę.

Projektowanie stron internetowych - uwagi ogólne (Agnieszka Richter)

Fragment autorstwa Agnieszki Richter został zaczerpnięty ze strony <http://www.kailastudio.com.pl/design/>

Zanim zaczniesz tworzyć swoją stronę, musisz się przede wszystkim zastanowić, co konkretnego i interesującego masz do przekazania osobom, które będą ją oglądały. Jeżeli zamierzasz umieścić na stronie swój życiorys czy zbiór kawałów o blondynkach, to szkoda Twojego cennego czasu na powielanie czegoś, co wszyscy dobrze znają.

Aby mieć pewność, że Twoja strona będzie popularna i chętnie odwiedzana, musi ona przyciągać internautów oryginalnością oraz ciekawą i systematycznie uzupełnianą treścią. Umieść na stronie tyle treści, by nie było możliwe przeglądnięcie jej w trakcie jednej wizyty, oraz pamiętaj, że nawet najdrobniejsze błędy mogą zniechęcić Użytkowników do powrotu na Twoją stronę. Szanuj prawa autorskie innych twórców.

Nie pozwól, by forma wzięła górę nad treścią - pamiętaj, że internet to źródło informacji, nie zaś miejsce, gdzie prezentujemy nowości techniczne, które mogą obejrzeć jedynie posiadacze najnowszych przeglądarek z zainstalowanymi wszelkimi możliwymi rozszerzeniami.

Struktura strony

Cała Twoja strona powinna posiadać konsekwentny układ graficzny - użytkownicy nie lubią być zbytnio zaskakiwani.

Najlepiej na początku usiądź z kartką papieru i rozrysuj swoją stronę wraz z wszystkimi połączeniami. Jeżeli wyjdzie Ci za dużo krzyżujących się lub zapętlnionych strzałek, przemyśl jeszcze raz projekt.

Struktura strony musi być logiczna, intuicyjna i łatwa w nawigacji. Przejrzystość oraz szybki dostęp do informacji to podstawa sukcesu.

Zapewnij taką nawigację, by gość zawsze wiedział, w której części strony się znajduje, jak wrócić na stronę główną oraz które strony już widział. Jeżeli masz taką możliwość, udostępnij użytkownikowi przeszukiwanie strony. Zamieść mapkę strony opisującą co prezentujesz w poszczególnych działach.

Wczuj się w użytkownika, który będzie szukał konkretnych informacji - jak szybko je znajdzie? Pamiętaj, że użytkownik nie powinien być zmuszony klikać więcej niż trzy razy na różne odnośniki, by dotrzeć do każdej strony.

Zastanów się nad strukturą katalogów i uwzględnij jak się będzie rozwijać Twoja strona - oszczędzi Ci to wiele pracy.

Jeżeli długość strony przekracza jeden ekran, dodaj menu nawigacyjne również na dole, uwzględniając w nim powrót na początek strony.

Sprzętowa różnorodność

Pamiętaj, że każdy internauta ma inny sprzęt (PC, MAC, Amiga), inaczej ustawioną rozdzielczość i wielkość czcionki oraz inny monitor - więc nie twórz strony, którą należy oglądać: 'W rozdzielczości 800x600 używając Internet Explorera'.

Jeżeli nawet Twoja strona przy jednej z rozdzielczości wygląda najlepiej, to przy każdej innej musi się poprawnie wyświetlać - przetestuj ją na tę okoliczność. Sprawdź jej wygląd pod różnymi przeglądarkami - przede wszystkim pod najpopularniejszymi: Internet Explorerem, Netscape Navigatorem oraz Sylabą, czyli spolszczoną wersją Netscape Navigatora, która zresztą tak samo jak Netscape kiepsko interpretuje style (m.in. nie honorując dziedziczenia).

Zobacz również jak strona wygląda, gdy nie załadujesz grafiki - sporo osób wyłącza grafikę, są również tacy, którzy korzystają z przeglądarek tekstowych. Nie używaj rozszerzeń, które interpretuje tylko jedna z przeglądarek.

Szanowanie czasu swoich gości

Jedną z najistotniejszych rzeczy jest szybkość ładowania strony - nie wszyscy mają stały, darmowy dostęp do internetu oraz oraz świętą cierpliwość. Ograniczanie niepotrzebnej grafiki lub umieszczanie niewielkich obrazków z ewentualnymi odnośnikami do wersji powiększonych jest bardzo mile widziane.

Najlepiej sprawdź jak długo będzie się wczytywać Twoja strona, gdy korzystasz z modemu w czasie sporego obciążenia sieci - czas oczekiwania nie powinien być dłuższy niż 10-15 sekund.

Nigdy nie konfiguruj strony tak by grafika ładowała się na początku. Siedzenie przed pustym ekranem może łatwo zniechęcić.

O grafice słów kilka

Szybkość ładowania jest zależna przede wszystkim od ilości grafiki oraz od dodatkowych ozdobników jak pliki muzyczne, mapy graficzne (imagemaps) czy skrypty.

Maksymalna objętość grafiki na głównej stronie nie powinna przekraczać 40 kB, na pozostałych stronach 30 kB.

Jeżeli na jakiejś podstronie zamieszczamy więcej grafiki (na przykład galeria zdjęć czy kolekcja swoich prac) grzecznie jest o tym poinformować przy odnośniku do niej, a najlepiej rozdzielić materiał na kilka stron.

Nie używaj grafiki umieszczonej na innym serwerze - jeżeli chcesz koniecznie zamieścić dany obrazek (np logo darmowych statystyk strony), ściągnij go na swój serwer - będzie się wtedy dużo szybciej ładował.

Pamiętaj, że obrazki należy zmniejszać używając do tego celu programu graficznego, nie zaś parametrów WIDTH oraz HEIGHT, gdyż wtedy objętość pliku nadal pozostanie taka sama.

Efektownie wyglądają na stronie obrazki z przezroczystym (transparent) tłem - format GIF89a. Przezroczysty kolor powinien być zgodny z kolorem tła strony, ponieważ niektóre starsze przeglądarki nie honorują tego formatu, a w nowszych niekiedy tworzy się nieładna mgiełka naokoło rysunku.

Na tło najlepiej używać obrazków zapisanych w formacie JPG w jak najmniejszej rozdzielczości.

Wszystkie obrazki w formacie GIF powinny być zapisywane bez przeplotu (non-interlaced).

Postaraj się, by grafika była oryginalna - jeżeli widzimy dwudziesty raz tego samego dnia podobny obrazek, często odruchowo naciskamy na klawisz 'back'.

Kompozycja strony

Odpowiednio opracowana, spokojna i przejrzysta kompozycja strony ułatwia czytanie i zachęca do zainteresowania się jej dalszą częścią.

Nie twórz strony chaotycznej, na której będzie mnóstwo obrazków lub odnośników rozmieszczonych w przypadkowy sposób. Przemyśl dokładnie układ strony i zasta-

nów się, na które elementy chcesz zwrócić szczególną uwagę. Wyeksponuj je, pamiętając jednak, że nie da się jednocześnie na wszystkim skupić uwagi oglądającego.

Pamiętaj o zachowaniu równowagi pomiędzy ilością grafiki i tekstu. Nie przesadzaj ani z jednym, ani z drugim - zaciemnia to obraz i utrudnia czytanie. Zostaw trochę wolnej przestrzeni pomiędzy poszczególnymi elementami.

Weź pod uwagę, że przeciętny człowiek rozpoznaje jednocześnie nie więcej niż pięć elementów jako grupę. Jeżeli lista oferowanych opcji jest dłuższa, podziel ją na podgrupy, co ułatwi odbiorcom czytanie oraz przyspieszy odnalezienie interesującego ich tematu.

Użytkownicy

Pamiętaj, że stronę tworzysz nie dla siebie, lecz dla osób, które będą ją odwiedzały, więc zatroszcz się o to, by byli zadowoleni.

Użytkownicy są leniwi - staraj się, by strona była prosta w obsłudze oraz by każdy mógł się szybko zorientować jaka jest jej zawartość. Jeżeli strona zawiera grafikę, to nawet gdy nie jest ona załadowana, użytkownik powinien bez problemu móc się poruszać po stronie.

Nie narzucaj użytkownikowi swojego zdania - powstrzymaj się od zamieszczania ikonek 'Download coś tam now!'. Użytkownicy sami wiedzą co jest dla nich dobre, a na dodatek często bywają przekorni.

Utrzymuj z użytkownikami kontakt mailowy, zapytaj się co im się najbardziej podobało i czego oczekują jeszcze po Twojej stronie. Dowiedz się o nich jak najlepiej, by zidentyfikować nowych odwiedzających i wyjść na przeciw ich oczekiwaniom.

Podstawowe błędy przy tworzeniu stron internetowych

Fragmęnt autorstwa Agnieszki Richter został zaczerpnięty ze strony <http://www.kailastudio.com.pl/design/>

Niepotrzebne bajery, przeładowanie grafiką, powtórki - minął już czas kiedy umieszczanie nowości technicznych świadczyło o znajomości rzeczy. Znajdziesz tutaj spis wszystkiego, czego bezwzględnie należy unikać. Zastosowałam kolejność od najbardziej denerwujących:

Teksturowe, nieczytelne tła - wyobraź sobie granatowe tło w gwiazdki, a na tym zielony tekst (nie kłamie - zdarzają się takie strony). Nie jesteś w stanie nic przeczytać, kolory się ze sobą zlewają, wpatrujesz się w monitor z odległości dziesięciu centymetrów, żeby zrozumieć o co chodzi na tej choince.

Kolory tła i tekstu powinny jak najbardziej ze sobą kontrastować (czarny lub grana-

towy tekst na białym tle; biały tekst na ciemnym tle).

Tło powinno być jednolite - wtedy tekst jest dużo bardziej czytelny. Najlepiej stosować jasne tła - najchętniej białe (BODY BGCOLOR="#FFFFFF") ponieważ są dla czytelników najbardziej naturalne - książki drukowane na czarnym papierze nie są specjalnie popularne, nieprawdaż?

Jeżeli koniecznie zależy Ci na dołączeniu jakiegoś wzoru lub motywu graficznego, zamieść go na marginesie tła gdzie nie będzie żadnych tekstów. Nigdy nie umieszczaj w tle 'plastycznych', trójwymiarowych motywów.

Jeżeli stosujesz kolorowe, graficzne tło ustaw BODY BGCOLOR tak, by był do niego jak najbardziej zbliżony, gdyż wtedy od samego początku ładowania strona będzie czytelna.

Migające napisy (blink) - nie, nigdy, za nic! Męczy oko, rozprasza uwagę i uwierz, że rzadko kiedy ktoś interesuje się jaka jest ich treść. Jeżeli chcesz przyciągnąć uwagę, użyj pogrubienia, zwiększ wielkość czcionki (ale nie za bardzo!) lub zmień kolor tekstu na bardziej wyróżniający się.

Scrolling - czyli napisy przejeżdżające przez całą szerokość strony - męczące, spowalniające i drażniące. Tak jak blink - nigdy!

Uwaga ta dotyczy również ruchomych napisów na pasku nawigacyjnym, które dodatkowo powodują migotanie obrazu oraz nie pozwalają się zorientować dokąd prowadzą odnośniki.

Ramki (frames) - Ogranicz do minimum! Naprawdę w bardzo niewielu przypadkach są one rzeczywiście potrzebne i do tych przypadków nie zalicza się żadna strona domowa, a i komercyjnych również niewiele.

Dlaczego nie powinno się stosować ramek: spowalniają bardzo ładowanie się strony, uniemożliwiają dodanie konkretnej lokalizacji do zakładek (bookmarków), utrudniają bezpośrednio wydrukowanie strony oraz nie interpretują ich niektóre starsze wersje przeglądarek oraz Lynx.

Under construction - ikonki z facetem machającym łopata, żółte znaczki ostrzegawcze i tym podobne bzdury. Wiadomo, że każda witryna na sieci jest stale zmieniana i poprawiana. Link do miejsca gdzie jest jedynie napis 'under construction' może zniechęcić gości do dalszego zwiedzania, by znowu się nie natknąć na podobne kwiatki.

Jeżeli jakiś dział naszego serwisu nie jest jeszcze gotowy, to po prostu zostaw link do niego nieaktywny - wszyscy będą wiedzieli, że masz go w planie. Oczywiście najlepiej w ogóle powstrzymać się od zamieszczania takiego odnośnika.

Animacje - im mniej tym lepiej, a ideałem jest całkowite powstrzymanie się od ich stosowania. Oprócz faktu, że spowalniają ładowanie, gdyż mają dużo większą objętość niż zwykłe pliki graficzne (pamiętasz o limicie 40 kB?), to zdarza się, że ich sekwencyjne odtwarzanie powoduje wrażenie ciągłego ładowania się strony, gdyż nie gaśnie sygnalizacja pobierania plików.

Niepotrzebne bajery - czyli innowacje działające jedynie w najnowszych wersjach niektórych przeglądarek, chociażby ActiveX (wymysł Microsoft'u, który jest interpretowany jedynie przez MS Explorera).

Skrypty Java typu migające tło przy ładowaniu się strony, zegary, informacje ile czasu zostało do początku 2000 roku, w jakiej domenie jesteśmy oraz jakiej przeglądarki używamy (jakbyśmy tego sami nie wiedzieli...).

Mapy graficzne (imagemaps) - w miarę możliwości należy unikać. Przedłużają ładowanie strony, często dezorientują gości, którzy nie wiedzą w które miejsce należy kliknąć, odnośniki do odwiedzonych miejsc nie są zaznaczone innym kolorem, nie działają pod niektórymi przeglądarkami a ich modyfikacja jest wyjątkowo czasochłonna.

Dużo efektywniejszą metodą jest pocięcie obrazka na kawałki używając programu graficznego i umieszczenie go w tabelce.

Jeżeli już koniecznie potrzebujesz zastosować mapę to bezwzględnie zamieść dodatkowe menu tekstowe.

Dodatkowe okienka - czasami nie da się ich pominąć, bo sponsor wymaga, żeby słowo od niego zamieścić właśnie w ten sposób. Jeżeli nie musisz tego robić, powstrzymaj się. Ostatnio modne jest umieszczanie menu nawigacyjnego w osobnym okienku. Zdania na ten temat są podzielone - ja osobiście nie lubię tego rozwiązania.

Dźwięki - bardzo niewielki odsetek internautów ma włączone odgrywanie dźwięku. Zmuszanie wszystkich do dodatkowego czekania na załadowanie się plików dźwiękowych, których i tak nie usłyszą tylko irytuje. Jeżeli chcesz zapoznać gości ze swoją ulubioną piosenką, umieść ją jako plik do ściągnięcia lub przynajmniej daj im wolny wybór czy chcą jej słuchać.

Linki ogólnie znane - wiadomo, że praktycznie każdy tworzy podstronę z linkami. Jeżeli zamieszczamy tam adresy do stron związanych tematycznie, wszystko jest w porządku. Problem zaczyna się, gdy bawimy się w sztukę dla sztuki i wpisujemy adres ogólnie znanego serwisu.

Często oglądając zbiór odnośników można przewidzieć zawartość merytoryczną strony oraz jej oryginalność. Wyjątek od tej reguły stanowią jedynie katalogi stron oraz serwisy poświęcone konkretnemu tematowi, które podają wszystkie znane sobie linki związane z daną dziedziną.

Bannery - promocja strony opierająca się na wymianie graficznych, często animowanych, linków jest w równym stopniu popularna co znieawidzona przez internautów. Jeżeli zamieszczamy linki do stron zaprzyjaźnionych lub tych od których jesteśmy uzależnieni, to dużo grzeczniejsze jest umieszczenie tekstowego odnośnika wraz z opisem co na danej stronie można znaleźć.

Nigdy nie rób strony na której będzie jedynie **krótkie menu** - jeżeli gość będzie miał do wyboru dwie pozycje na całej stronie, a na następnej trzy, to na pewno poszuka innego miejsca, w którym będzie można dużo szybciej dotrzeć do interesujących go

informacji. Oczywiście wyjątkiem jest strona główna, gdzie powinno się zamieszczać odnośniki do podstawowych działów, by nie przytłaczać i nie dezorientować odwiedzających nadmiarem informacji.

Jeżeli robisz menu w formie skryptu Java, dodaj również menu tekstowe.

Nigdy nie rób stron, które trzeba przewijać w poziomie - sprawdź czy przy najmniejszej rozdzielczości (640x480) wszystkie elementy mieszczą się na jednej szerokości ekranu.