

Глава 3

Правильное планирование — залог хорошей производительности

В этой главе...

- Планирование Web-страницы
- Определение иерархии Web-сайта
- Создание дружелюбного интерфейса
- Размещение сайта
- Публикация и редактирование Web-сайта

Общий дизайн Web-страницы называют *интерфейсом пользователя*. Хороший интерфейс предоставляет пользователю возможность быстрого перемещения по сайту при минимальных усилиях. В этой главе мы обсудим стандартные принципы конструкции Web-сайта. Соблюдение этих принципов гарантирует эффективность и дружелюбность интерфейса пользователя.

Интерфейс пользователя — это механизм, предоставляющий посетителю доступ к информации сайта. Каждый интерфейс пользователя уникален в своем роде, однако все они сконструированы из одних и тех же компонентов — текста, графики и файлов мультимедиа, — собранных воедино магией HTML.



Посетители вряд ли вернутся на ваш сайт, если:

- ✓ навигация неудобна и тяжеловесна;
- ✓ он перенасыщен яркими цветами и мигающим текстом;
- ✓ пользователю сложно найти то, что он ищет.

Интерфейс пользователя должен отвечать следующим требованиям:

- ✓ навигация по сайту интуитивно понятна;
- ✓ изображения и мультимедиа подчеркивают гармонию конструкции;
- ✓ все элементы помогают посетителю найти нужную ему информацию.

В этой главе мы рассмотрим общие этапы конструирования Web-сайта и отдельной Web-страницы. В следующих главах будут раскрыты все тонкости разметки.

Планирование Web-сайта

Первый шаг в создании эффективного интерфейса пользователя не имеет ничего общего с разметкой; прежде всего предстоит заняться планированием. Перед расширением уже

созданного сайта (или перед созданием нового) нужно тщательно определиться с его назначением. Чем лучше вы осознаете цели и ознакомитесь с предметной областью, тем лучший интерфейс сможете создать, который обеспечит максимально эффективную работу с материалом.

Перед началом конструирования сайта постарайтесь ответить на следующие вопросы:

- ✓ Зачем я создаю этот сайт?
- ✓ Что я могу предложить посетителям?
- ✓ Какова целевая аудитория, в частности:
 - Каков средний возраст потенциальных посетителей?
 - Каков уровень подготовки пользователей к работе в Интернете?
- ✓ Сколько страниц должен содержать сайт?
- ✓ Какой тип иерархии лучше использовать для организации страниц? (К примеру, пользователи могут только последовательно переходить от темы к теме, а могут перескакивать из одного места сайта в любое другое.)



Принципы дизайна

В этой главе описаны основные принципы дизайна, однако задачи выбора цветовой гаммы и общей компоновки страниц ложатся целиком на вас. О вкусах не спорят. Как говорится, что русскому хорошо, то немцу смерть.

Если вы создаете сайт для производственных нужд, его стиль должен соответствовать конкретному направлению работы или общему девизу компании. К примеру, если ваша компания занимается архитектурой и строительством, прямые линии и строгие формы будут больше импонировать имиджу фирмы. Если вы владеете цветочным магазином, особое значение нужно придать органичности и декору, чтобы показать посетителям, что их может ожидать, если они заглянут в ваш магазин.

Если вы новичок в графике и Web-дизайне и при этом вам нужно громко заявить о себе в Web, разумно будет обратиться к профессионалам. С помощью созданных ими фотографий, рисунков, объектов навигации и декора вы сможете по кирпичикам собственноручно собрать впечатляющий сайт и управлять им.

Независимо от того, кто сконструировал ваш сайт, найдите время и покажите его друзьям, партнерам, родственникам и тем, кому нравится выступать в роли критика. Прислушайтесь к их мнению (особенно к замечаниям). Конструктивная критика позволит избежать язвительной реплики из уст конкурента или потенциального заказчика.

Отвечая на эти вопросы, вы сможете лучше разобраться в своих целях и потребностях. К примеру, интерактивный магазин может преследовать следующие цели:

- ✓ дать возможность пользователям просмотреть интерактивный каталог и сформировать виртуальный заказ;
- ✓ показать пользователям возможные способы оплаты выбранного товара;
- ✓ помочь пользователям принять выгодные решения относительно покупок;
- ✓ облегчить процесс возврата и замены приобретенного товара;
- ✓ получить обратную связь от пользователей в виде их замечаний и предложений относительно продукции, обслуживания и самого сайта.

Этот краткий список целей может стать основой для определения состава разделов сайта и предлагаемых им механизмов (а также средств его поддержки).

Вместо одного общего раздела (к примеру, каталога товаров), вам может понадобиться создать и дополнительные, например:

- ✓ интерактивный каталог с формированием “корзины покупки”;
- ✓ путеводитель по сайту и другие инструкции, помогающие посетителю сформировать оптимальный заказ;
- ✓ раздел “Книги жалоб и предложений”;
- ✓ набор средств оформления возврата и обмена товаров.

Когда цели сайта установлены, нужно определить состав конструктивных элементов, наиболее подходящих для их достижения.

- ✓ Систему навигации, идентифицирующую наиболее важные разделы сайта, которая поможет пользователю:
 - быстро определить, в каком разделе сайта он находится в текущий момент;
 - свободно перейти от одного раздела сайта к другому.
- ✓ Набор стандартных элементов дизайна, таких как кнопки, стили текста и подзаголовков, спецификации цвета, характеризующих конкретный раздел сайта.
- ✓ Стандарт отображения элементов каталога, в том числе информации о товаре, его потребительских характеристиках, цене и вариантах доставки.
- ✓ Тщательно продуманные формы, помогающие пользователю быстро найти нужные товары в каталоге, приобрести конкретный товар, оформить возврат и обмен товара, а также разместить свой отзыв на сайте.
- ✓ Текстовые страницы справки, содержащие исчерпывающую информацию об условиях доставки, возврата и обмена, в которых легко разобраться и на которые легко попасть.



Цели создания сайта диктуют следующее:

- ✓ **Элементы интерфейса пользователя.**
Когда страница добавляется к уже существующему сайту, элементы ее интерфейса пользователя должны соответствовать целям нового раздела и в то же время сохранять общий стиль дизайна сайта.
- ✓ **Дизайн сайта.**
- ✓ **Организацию сайта.**

Карта сайта

Легко попасть в любой пункт назначения, если известно, как до него добраться. Создание карты сайта является жизненно важным элементом планирования Web-сайта, а впоследствии и его эксплуатации. Этот процесс включает в себя два творческих этапа:

- ✓ создание визуального путеводителя на бумаге или в электронном виде, который будет использоваться в процессе создания сайта;
- ✓ создание визуального путеводителя на самом сайте, чтобы облегчить навигацию посетителям.

Оба эти этапа исключительно важны, поэтому им будут посвящены отдельные разделы главы.

Использование карты сайта в процессе его разработки

Когда карта сайта используется в процессе его разработки (даже если сайт состоит всего из нескольких страниц), вы можете определить:

- ✓ страницы, которые еще подлежит создать;
- ✓ взаимосвязи между отдельными страницами;
- ✓ необходимые элементы навигации.



Учтите, что карту сайта можно использовать и в качестве контрольного списка страниц.

В примере на рис. 3.1 показана часть визуальной карты сайта *Вокруг света* (www.vokrugsveta.ru/sitemap).



Рис. 3.1. Карта Web-сайта Вокруг Света

На этой карте видно, что сайт имеет несколько основных разделов; каждый из них, в свою очередь, включает подразделы (на рисунке мы видим развернутыми только два из них). Каждая из ссылок в списке подразделов открывает прямой доступ к соответствующей странице сайта.

Поэтапное создание Web-сайта

Если вы планируете создавать свой Web-сайт постепенно, по одной странице, то можете создать окончательную карту сайта, а затем решить, какими из страниц заняться в первую очередь. Если у вас есть идеи относительно общего плана развития сайта, то можете подробно

расписать каждый его этап. Для примера предположим, что создается сайт производственной компании, который должен содержать раздел ответов на наиболее часто задаваемые вопросы (так называемый FAQ). Если создание этого раздела не завершено на момент запуска сайта, катастрофы не случится — эту функцию можно встроить в сайт и позже. Просто ссылки на данную страницу в текущий момент лучше оставить неактивными.

Когда недостающая страница будет создана, вы сможете

- ✓ опубликовать на Web-сервере нужные страницы;
- ✓ активизировать (или создать) на них ссылки в основных элементах навигации.

Имея представление о том, какие новые ресурсы планируется создать, вы можете создать схему навигации, которая их учитывает, чтобы максимально упростить процесс их подключения к сайту. Без карты и полноценного плана сайта это сделать вряд ли возможно — потребуются дополнительные затраты сил и времени на создание новых разделов сайта и реорганизацию существующих.



Не создавайте страницы типа “Сайт находится в процессе разработки”, не содержащие кроме этого предупреждения никакой полезной информации. Посетитель может воспринять это сообщение как намек на то, что на самом деле данной информацией сайт не располагает. Вместо этого лучше на главной странице анонсировать планируемые разделы, не помещая пока никаких ссылок.

Использование карты сайта в качестве визуального путеводителя посетителя сайта

Карта сайта может стать незаменимым инструментом навигации, который открывает пользователю альтернативный путь поиска нужной ему информации. Карта сайта раскрывает пользователю полное информационное наполнение Web-сайта; они получают возможность с одного взгляда оценить все, что может им предложить сайт.



Для поиска информации люди используют разные подходы.

- ✓ Некоторым нравится, когда их тянут за руку.
- ✓ Некоторые любят осматриваться по сторонам.
- ✓ Некоторые предпочитают внимательно изучить все доступные возможности, и только затем выбрать одну из них.



Карта сайта растет по мере его развития. Если сайт большой и сложный, отображение его карты может растянуться на несколько экранов. Такие крупные сайты, как `Microsoft.com`, `Amazon.com` или `HP.com`, вообще не предлагают пользователю карту сайта, поскольку подобная карта была бы столь обширной, что в ней все равно было бы трудно разобраться. В то же время на небольших Web-сайтах (таких как `Symantec.com`) использование карты вполне целесообразно.



Вы сами должны решить, будет ли карта сайта эффективна для вашего конкретного сайта. Вот некоторые советы, которые помогут вам принять решение:

- ✓ Карта сайта совершенно не нужна, если сайт содержит всего несколько страниц.
- ✓ Карта сайта будет уместна, если:
 - сайт имеет несколько разделов;
 - вы не можете придумать другие способы поиска в содержимом нужной информации.

Создание полноценной системы навигации

Система навигации, используемая на сайте, может либо поднять его на новые высоты, либо уничтожить. Если посетитель не может найти на сайте то, что ему нужно, он покинет его и вряд ли вернется. Тип навигации, эффективной для данного сайта, зависит от следующих аспектов.

- ✓ **Из скольких страниц состоит сайт?**

Если страниц совсем немного, систему навигации можно свести к набору ссылок на главной странице, указывающих на конкретные тематические Web-страницы.
- ✓ **Как организованы страницы?**

Если сайт имеет множество страниц, организованных в ряд тематических разделов, на главной странице могут содержаться ссылки только на главные страницы разделов.

В качестве примера можно привести сайт `Dummies.com`. В нем содержится масса страниц, посвященных отдельным книгам, которые вышли в серии “для чайников”. Также на сайте собрана и масса другой разнообразной информации. Было бы непрактично размещать на главной странице ссылки на все эти книги. По этой причине целесообразно было выделить на сайте тематические разделы, содержащие ссылки, посвященные конкретным вопросам. Обратите внимание на рис. 3.2, где на левой панели главной страницы сайта собраны ссылки именно на эти тематические разделы.

Если щелкнуть на любом названии тематического раздела, откроется страница, в верхней части которой будут перечислены все остальные темы (рис. 3.3). В данном случае если пользователь решил перейти к другой теме, ему не нужно постоянно возвращаться на главную страницу.

На рис. 3.3 показано, что страница каждого раздела в левой части имеет собственную область навигации, в которой перечислены темы, входящие в данный раздел. Это позволяет экономить пространство главной страницы и сделать ее систему навигации более компактной. В то же время общая система навигации выглядит целостной, и пользователю не нужно тратить время на ее освоение в каждой открываемой странице.

Самая верхняя область навигации в каждой из страниц содержит стандартный набор ссылок, позволяющих посетителю быстро перейти к основным вспомогательным разделам сайта: справке, настройке учетной записи и подсистеме покупки в интерактивном магазине. Каждая из страниц имеет набор ссылок на информацию о сайте и политике безопасности, форму регистрации, контактную информацию и лицензионное соглашение. Подобно справке и настройке учетной записи, эти ссылки также должны отображаться на каждой из страниц, но не обязательно в их заглавной части. В нашем примере эти ссылки вынесены в нижнюю часть страницы, что позволило не обрезать их содержимое в целях экономии пространства и в то же время сохранить их полный, постоянный состав.

Определитесь, какие средства навигации вам понадобятся, и можете приступить к созданию визуальной схемы дизайна. Подумайте над тем, как вы будете располагать кнопки ссылок на тематические разделы: вдоль верхней, левой или правой границы окна (или будете использовать комбинацию этих подходов); понадобятся ли вам ссылки в колонтитуле на информацию

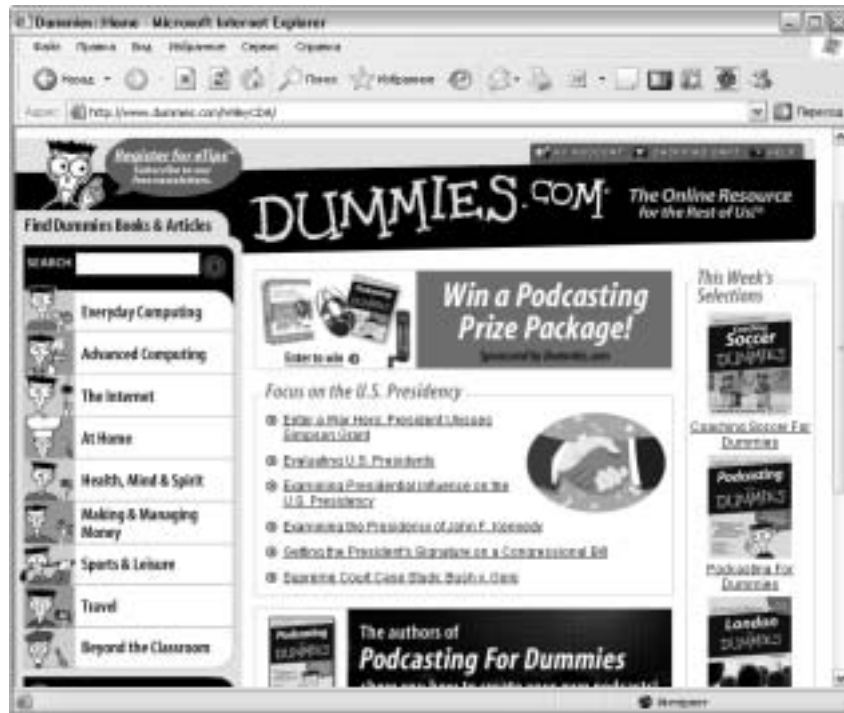


Рис. 3.2. Сайт *Dummies.com* организован по тематическим разделам



Рис. 3.3. Основные темы отображаются в области навигации в верхней части страницы

о защите авторских прав и политике безопасности; если иерархия сайта имеет множество уровней, как помочь пользователям быстро между ними перемещаться. Ответы на эти и подобные вопросы являются ключом к созданию целостной системы навигации, которая станет ценным инструментом в руках посетителей сайта и поможет им найти именно то, что они искали.



Если для процесса конструирования сайта создана карта, она может вам подсказать, какие средства навигации могут понадобиться на каждой из страниц. Пристально проанализируйте каждую из страниц на карте, а затем для каждой из них составьте список необходимых на ней ссылок. Как правило, в результате этой работы проявится определенный шаблон, который можно будет обобщить на все страницы определенного уровня иерархии сайта. В частности, вы сможете создать общий список разделов и средств навигации, которые нужно использовать (тематические разделы и общие ссылки, отображаемые на всех страницах, и ссылки на подтемы, индивидуальные для каждого из разделов).



Независимо от того, какую системы навигации вы выберете, всегда оставляйте пользователю путь к отступлению — ссылку на главную страницу сайта помещайте на все без исключения страницы. В конце концов, именно главная страница располагается в вершине иерархии сайта и является своеобразным шлюзом ко всем остальным страницам. Если посетитель сайта заблудился и решил начать процесс заново, главная страница поможет ему это сделать, где бы он ни находился.



После того как система навигации сконструирована и создано хотя бы несколько страниц, попросите своих друзей или знакомых зайти на сайт и попытаться с ним поработать. В качестве руководства, сформулируйте три-четыре задачи, которые должен будет выполнить ваш товарищ (например, заполнить какую-либо форму или найти какую-либо информацию). Если посетитель заблудится или в ходе работы у него возникнет множество вопросов, еще раз переработайте систему навигации: она должна быть интуитивно понятна и проста. Поймите: вы *слишком хорошо* знаете собственный сайт, чтобы выполнять эту работу собственноручно, а новичок неизбежно выйдет на незамеченные вами черные дыры системы навигации.

Планирование внешних ссылок

Если бы не существовало гиперссылок, Web не был бы тем, чем он является сейчас. Именно гиперссылки связывают сайт со всем остальным пространством Web и превращают набор страниц в единый сайт. В то же время использовать ссылки нужно с умом: слишком малое или чрезмерное их количество может отпугнуть посетителей и даже навредить вашему бизнесу.

Мудро выбирайте внешние ссылки

По сравнению с внешними ссылками внутренние можно представить себе как легкую прогулку по парку. Все дело в том, что система внутренних ссылок *замкнута* (вернее, таковой должна быть), а любая внешняя ссылка выводит пользователя из-под вашего контроля. К тому же и существование самого объекта ссылки трудно предсказать: она может существовать сегодня и исчезнуть завтра. При создании ссылок на ресурс чужих сайтов учитывайте следующее:

- ✓ содержимое этих страниц вы никогда не сможете изменить;
- ✓ работой этих страниц вы не управляете;
- ✓ сам факт существования этих страниц от вас не зависит.

В результате посетители вашего сайта могут при переходе по внешней ссылке получить известную ошибку номер 404, указывающую на отсутствие файла или папки, на которую указывает ссылка. Конкретный текст сообщения об этой ошибке зависит от Web-сервера, на котором она произошла.

Ссылки на внешние ресурсы более полезны, когда они устойчивы и шанс исчезновения или перемещения ресурсов минимален. Руководствуйтесь следующими директивами:



- ✓ **Создавайте ссылки на разделы сайта, а не на конкретные его страницы.**

Страницы появляются и исчезают, тогда как общая организационная структура сайта, как правило, более постоянна.

- ✓ **Используйте ссылки на корпоративные Web-сайты.**

Корпоративные Web-сайты более стабильны, чем сайты, создаваемые частными лицами.



- ✓ **Не создавайте прямые ссылки на файлы мультимедиа (к примеру, на музыкальные или PDF).**

Если вам нужно сослаться на ресурс какого-либо другого сайта, создавайте ссылку на страницу, содержащую ссылку на этот ресурс, но не на сам файл мультимедиа. Состав ресурсов, подключенных к сайту, часто меняется, это же можно сказать и о названиях самих файлов. В то же время страница, содержащая ссылки на эти ресурсы, как правило, всегда отражает произошедшие изменения. Таким образом, ссылка на такую страницу будет более устойчивой.

Наличие на вашем сайте ссылки на другой сайт *подразумевает ваше одобрение и поддержку* этого внешнего ресурса. Когда пользователь переходит по внешней ссылке, он как бы доверяется вам, т.е. предполагает, что с данным ресурсом вы знакомы и одобряете его. По этому поводу хотелось бы дать несколько советов.

- ✓ **Если вы не хотите, чтобы ваше имя связывали с содержимым чужого сайта, не создавайте на него ссылку.**

Лучше всего перед вставкой ссылки на внешний сайт самому его *основательно* исследовать.

- ✓ **Периодически проверяйте существование объектов внешних ссылок.** При этом удостоверьтесь, что владелец сайта не изменился и содержимое сайта осталось прежним.

Если срок аренды имени домена истек, у него могли появиться новые владельцы, которые могли изменить содержимое сайта, в частности разместить на нем нелегитимное содержимое (например, порнографию), что может навредить вашему имиджу.

Искусство создания текста ссылок

Текст, ассоциированный со ссылками, не менее важен, чем сами ссылки. Из этого текста пользователь узнает, куда он может попасть, щелкнув на данной ссылке. Исходя из этого текст *На сайте Dummies.com вы сможете узнать больше об этой книге* будет более полезным, чем *Узнайте больше об этой книге*.

Из первого текста пользователь узнает, что для получения информации о книге ему придется покинуть текущий сайт и перейти на Dummies.com. Второй же текст просто указывает на назначение ссылки — в результате переход на другой сайт может стать для пользователя неприятным сюрпризом.

При создании текста ссылки нужно предоставить пользователю следующую информацию:

- ✓ сможет ли он покинуть данный сайт;
- ✓ общие данные о содержимом страницы, открываемой по ссылке;
- ✓ как информация на удаленной странице связана с информацией на текущей.

Целью создания текста ссылки является информирование пользователя и завоевание его доверия. Если текст ссылки будет недостаточно информативным, сама ссылка не привлечет внимание посетителя сайта, и он ею не воспользуется.



Избегайте включения в текст ссылки фразы *щелкните здесь*. Если текст ссылки хорошо проработан, не нужны лишние слова, принуждающие посетителя сайта совершать определенные действия — он и сам способен во всем разобраться.

Размещение сайта в Интернете

Первым (и самым важным) шагом в задаче размещения сайта в Интернете является поиск подходящего Web-сервера (точнее, поставщика услуг, владеющего данным сервером). В общем случае у вас есть две возможности:

- ✓ разместить сайт на собственном сервере (в частности, на сервере своей компании);
- ✓ платить за размещение сайта кому-то другому.

В Web-индустрии соответствующие услуги именуется термином *хостинг*. Это подразумевает услуги содержания Web-сервера, его организации, обеспечения соответствующими сервисами, хранения и резервного копирования файлов, поддержки скоростных каналов в Интернете и многое другое — в общем, организацию доступа к вашему сайту любого человека, подключенного к Интернету.



В литературе термин *хостинг* может использоваться как:

- ✓ **Существительное.** При этом будет подразумеваться сервер, обслуживающий Web-страницы.
- ✓ **Глагол.** При этом будут подразумеваться действия по поддержке Web-страниц.

Вы сами должны решить, как организовать хостинг своих Web-страниц: взвалить эту задачу на себя или воспользоваться чужими услугами. В этой главе мы исследуем оба этих подхода, выявляя их сильные и слабые стороны. В результате вы сможете определить, какой из этих двух вариантов больше подходит именно вам.



Помните, что место размещения сайта выбирается не навечно. Если вам покажется, что собственноручное обслуживание Web-сайта слишком обременительно, то можете в любой момент переместить файлы на сервер какого-либо провайдера (или наоборот). Чтобы выбрать наилучший вариант хостинга, вы должны оценить свои потребности на ближайший год и пересматривать их каждые несколько месяцев.

Поддержка собственного Web-сайта

В этом разделе в качестве примера мы рассмотрим сайт среднего размера, включающий в себя около сотни страниц, не содержащий особенно много файлов мультимедиа и не требующий особого обеспечения безопасности (как в случае создания сайтов электронной коммерции).



Для того чтобы разместить крупный, сложный сайт, например корпоративный узел или интерактивный магазин, вам потребуется более серьезная оценка, дополнительное оборудование и программы, которые в этом разделе не обсуждаются. В данном случае вам могут помочь следующие ресурсы:

- ✓ Книга *Dreamweaver 8 для чайников*, вышедшая в издательстве “Диалектика” в 2006 году, способна стать отправной точкой в создании корпоративных и прочих сайтов повышенной сложности.
- ✓ Консультации профессионалов Web-дизайна, имеющих практический опыт создания сложных сайтов.

Вы можете создать собственный Web-сервер и сами поддерживать свои Web-страницы. Для этого вам понадобятся:



- ✓ **Компьютер, выполняющий функции Web-сервера.** Чаще всего для этой задачи выделяется отдельный компьютер, при этом остальные виды деятельности (в частности, работа в текстовых процессорах и электронных таблицах) переносятся на другие машины.
- ✓ **Программное обеспечение Web-сервера.** Чаще остальных используют серверы *Apache* и службу *Internet Information Services* (до 2000 года известную как *Internet Information Server*), или *IIS*, от компании Microsoft.
- ✓ Следует заметить, что термин *Web-сервер* может применяться к двум объектам:
 - компьютеру, выделенному для поддержки Web-сервисов;
 - программному обеспечению Web-сервера.В то же время эти два объекта неразрывно связаны.
- ✓ **Выделенный канал в Интернет.** Существование Web-сервера бессмысленно, если он не имеет постоянного подключения к Интернету (а имеет, к примеру, коммутируемое).

Поддержка собственного Web-сервера может оказаться весьма сложной и обременительной задачей. Вам придется не только нести дополнительные расходы на покупку специализированного оборудования и оплату выделенного канала в Интернет, но также обучиться администрированию Web-сервера и обеспечивать круглосуточную работоспособность всех его служб. Проще и выгоднее переложить весь этот груз на провайдера.

Использование услуг провайдера

Провайдер хостинга берет на себя все технические аспекты организации поддержки Web-сервера, от установки и обслуживания оборудования и программного обеспечения до поддержания скоростных выделенных каналов в Интернет. Вам остается только заниматься собственными Web-страницами. Во времена зарождения Web возможности провайдеров были довольно скудными и дорогостоящими. Однако технологии развиваются, спрос на услуги растет, так что сегодня цены на хостинг настолько малы, что их можно даже не принимать в расчет, при этом число провайдеров постоянно растет.

Если вы решили поручить поддержку собственных Web-страниц какому-либо провайдеру, то у вас есть два варианта оплаты услуг:

- ✓ **Ничего не платить.** Большое количество серверов предлагают бесплатные услуги хостинга. Вы спросите, в чем здесь подвох? Дело в том, что в данном случае оплата осуществляется неявно, за счет принудительного размещения на ваших сайтах рекламы.
- ✓ **Все-таки заплатить.** Большинство провайдеров Web-хостинга работают на условиях предоплаты своих услуг; при этом ежемесячная абонентская плата колеблется от нескольких до сотен долларов в месяц — все зависит от объема выделяемого пространства, поддержки различными службами, ограниченности входящих и исходящих потоков и многого другого. Правильнее всего определиться с собственными потребностями, а затем поискать провайдера, который сможет их удовлетворить за минимальные деньги.



Для поиска провайдеров хостинга вы можете воспользоваться поиском на портале Google по ключевому слову *хостинг*. При этом в правом столбце таблицы результатов вы получите несколько рекламных ссылок на сайты провайдеров именно из вашего региона. Сравните их услуги и цены и примите решение. Рекомендации по выбору качественного хостинга и сравнительную характеристику трех крупнейших российских представителей этого рынка услуг можно найти на странице <http://greatweb.ru/71/>. Информация о провайдерах, чьи цены не превышают десять долларов, содержится на странице сайта Webmonkey:

<http://webmonkey.wired.com/webmonkey/02/01/index4a.html?tw=design>

Получение собственного доменного имени

Доменным именем или просто *доменом* называют адрес верхнего уровня любого Web-сайта. В качестве примера можно привести имена `microsoft.com`, `apple.com` и, разумеется, `dialektika.com`.

Желательно, чтобы доменное имя отражало название вашей компании (если сайт коммерческий), тематику информации на нем (если сайт посвящен некоторому роду деятельности, например, кино) или ваше личное имя (если создается персональный сайт). Если не получить собственное доменное имя, ваш сайт может стать частью чьего-то чужого домена (в частности, домена провайдера). К примеру, персональный Web-сайт, помещенный без доменного имени на сервер `io.com`, будет иметь адрес URL верхнего уровня следующего вида:

`http://www.io.com/~lanw`

В то же время, получив доменное имя `lanw.com`, к нему можно будет обратиться следующим образом:

`http://www.lanw.com`

Не правда ли, второй адрес легче запомнить, чем первый? Достаточный ли это повод, чтобы иметь собственное доменное имя? Для кого-то да, для кого-то нет. Факт присутствия в Интернете, выраженный в наличии собственного доменного имени, важен для бизнеса, однако сайт, посвященный личному хобби или любимому хомяку, в таком самоутверждении вряд ли нуждается.



Любой уважающий себя провайдер хостинга помещает на своем сайте подробные инструкции по регистрации доменного имени личного сайта на его сервере (равно как и описание процесса получения самого доменного имени). Если вы перешли

от одного провайдера к другому, новый провайдер должен помочь вам в переносе своего доменного имени на его сервер. Некоторые провайдеры эти инструкции помещают на своих сайтах. Если эти инструкции оказались недостаточно понятными, обратитесь к справочной службе сервера провайдера или запросите помощь в его службе поддержки. Если ваш крик о помощи остался без внимания, просто смените провайдера.

Перемещение файлов на Web-сервер

После того как вы получите хостинг у провайдера или создадите собственный Web-сервер, вам нужно переместить файлы созданных Web-страниц с локального компьютера на Web-сервер. Это не одновременная акция — вам придется выполнять эту операцию каждый раз, когда вы будете создавать новые или изменять существующие страницы своего сайта.

Способ перемещения файлов Web-страниц на Web-сервер зависит исключительно от того, как этот сервер организован. Можно выделить следующие наиболее распространенные методы перемещения файлов:

- ✓ с помощью протокола передачи файлов FTP;
- ✓ с помощью Web-интерфейса управления файлами, предлагаемого провайдером Web-хостинга.

Ресурсы по вопросам дизайна интерфейса пользователя

Если вы намерены создавать впечатляющие Web-сайты, ознакомьтесь со следующими книгами и ресурсами Интернета, посвященными вопросам Web-дизайна:

- ✓ Ускоренный курс основ HTML вы можете найти на сайте <http://on-line-teaching.com/html/index.html>
Интересный практический курс и обзор средств, которые можно использовать для создания собственного сайта и вывода его на совершенно новый уровень дизайна, содержится на сайтах: <http://on-line-teaching.com/site/index.html>
- ✓ Якоб Нильсен на своем сайте <http://useit.com> разместил руководство по созданию информативного содержимого сайта. Здесь же вы найдете множество ссылок на полезные ресурсы и статьи по этой тематике.
- ✓ Отрицательные примеры не менее поучительны. Посмотрите на ссылки на сайте <http://www.webpagesthatsuck.com> и проверьте, не похож ли ваш сайт на один из приведенных примеров.
- ✓ Ознакомьтесь с книгой *Web-дизайн для "чайников"* Лайзы Лопак, выпущенной издательством "Диалектика" в 2001 году. Она станет еще одним шагом к созданию сложных сайтов с впечатляющим внешним видом.

Перемещение файлов по протоколу FTP

Из двух перечисленных вариантов этот наиболее распространен и функционально полон. Протокол FTP является стандартом для перемещения файлов между компьютерами Интернета, и все провайдеры хостинга поддерживают доступ к своему серверу посредством этого протокола. Если вы разместили свой сайт на сервере провайдера хостинга, он обязан обеспечить вас инструкцией (печатной или опубликованной на Web-странице), описывающей точную процедуру передачи файлов на его сервер. Адрес FTP-сервера в этом случае обычно имеет следующий вид: `ftp://ftp.имя_домена.com`.

Для перемещения файлов можно использовать любую программу клиента FTP, например *WS_FTP* (www.ipswitch.com/Products/WS_FTP/) или *CuteFTP* (www.globalscape.com/products/cuteftp/index). Провайдер хостинга должен предоставить вам имя и пароль входа в ваш каталог своего сервера FTP, которые вы должны ввести в процедуре подключения к серверу. После этого вы сможете осуществлять на этом сервере операции над файлами. Поверьте, это действительно просто. Для того чтобы внести в файл, опубликованный на Web-сервере, какие-либо изменения, вам придется выполнить три простые операции.

1. С помощью программы клиента FTP загрузить копию файла на свой жесткий диск.
2. Внести исправления в файл.
3. С помощью программы клиента FTP опубликовать измененный файл на сервере.



Все программы клиентов FTP имеют разный интерфейс, но работа в них исключительно проста. Материал главы 20 предложит вам советы относительно выбора подходящей программы клиента FTP, однако когда вы остановите свой выбор на одной из них, не забудьте ознакомиться с ее документацией.



В некоторых случаях вам не понадобится отдельная программа клиента FTP для перемещения Web-страниц на сервер:

- ✓ Большинство современных Web-браузеров, в том числе Internet Explorer 6.0 и Netscape 6, имеют встроенные средства работы с FTP-серверами. По крайней мере, они позволяют загружать и публиковать файлы (однако при этом у вас может отсутствовать возможность создавать и удалять папки).
- ✓ Многие специализированные программы создания Web-страниц, такие как *Dreamweaver*, имеют встроенные средства управления файлами.

Перемещение файлов с помощью Web-интерфейса провайдера

С целью повышения конкурентоспособности и уменьшения числа звонков в службу поддержки, многие провайдеры хостинга создали Web-страницы, позволяющие управлять файлами своего Web-сайта без использования отдельной программы клиента FTP и средств работы с FTP в специализированных редакторах HTML. Большинство из них позволяют выполнять следующие общие операции:

- ✓ загрузку и публикацию файлов;
- ✓ создание и удаление папок;
- ✓ перемещение файлов в пределах сайта;
- ✓ удаление файлов.

Если вы уже выбрали для своего сайта провайдера хостинга, проверьте, не предлагает ли он Web-интерфейс управления сайтом. При этом помните следующее:



- ✓ Перед тем как начать перемещение файлов на Web-сервер с помощью Web-интерфейса, ознакомьтесь с инструкциями. Интерфейс каждого провайдера имеет свои особенности.
- ✓ Наличие Web-интерфейса не является препятствием для использования программы клиента FTP. Если Web-интерфейс неудобен или если просто вы предпочитаете программу клиента FTP, используйте ее и ни о чем не волнуйтесь.