

IDŹ DO

PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ



SPIS TREŚCI

KATALOG KSIĄŻEK

KATALOG ONLINE

ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

TWÓJ KOSZYK

DODAJ DO KOSZYKA

CENNIK I INFORMACJE

ZAMÓW INFORMACJE
O NOWOŚCIACH

ZAMÓW CENNIK

CZYTELNIA

FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

ABC tworzenia stron WWW. Wydanie II

Autor: Bartosz Danowski

ISBN: 83-246-0605-X

Format: B5, stron: 296



Poznaj najnowsze metody projektowania stron WWW

Dziś posiadanie własnej witryny WWW nie jest już wyłącznie domeną przedsiębiorstw promujących w ten sposób swoją ofertę. Coraz więcej użytkowników sieci prezentuje na własnych stronach WWW wykonane przez siebie fotografie, relacje z wakacji, pierwsze własnoręcznie napisane programy i wiele innych rzeczy. Firmy oferujące bezpłatnie miejsce na strony WWW udostępniają również gotowe szablony takich stron, które wystarczy wypełnić treścią. Jednak na pewno większą satysfakcję przyniesie samodzielne stworzenie witryny WWW.

„ABC tworzenia stron WWW. Wydanie II” to kolejne wydanie świetnego podręcznika przedstawiającego zagadnienia związane z projektowaniem witryn internetowych. Dzięki tej książce, zaktualizowanej zgodnie z najnowszymi standardami sieciowymi, poznasz język XHTML i najnowszą specyfikację kaskadowych arkuszy stylów. Nauczysz się tworzyć dokumenty składające się na witrynę WWW, wstawiać do nich elementy graficzne i mechanizmy nawigacyjne. Dowiesz się, jak opublikować witrynę na serwerze internetowym, i poznasz sposoby jej optymalizacji i pozycjonowania tak, aby była prawidłowo rozpoznawana przez najważniejsze wyszukiwarki, takie jak Google. W książce znajdziesz również zestawienie wszystkich atrybutów stylów CSS.

- Narzędzia do tworzenia stron WWW
- Struktura dokumentu HTML
- Umieszczanie na stronie elementów graficznych
- Hiperłącza
- Formatowanie tekstu za pomocą kaskadowych arkuszy stylów
- Przygotowywanie grafiki na strony WWW
- Rejestracja domeny i publikacja strony
- Pozycjonowanie witryny w wyszukiwarkach





abc

SPIS TREŚCI

	Wstęp	7
1	Wprowadzenie	9
	Niezbędne informacje o HTML, XHTML, CSS i nie tylko	9
	Narzędzia potrzebne do dalszej pracy	12
	Edytory tekstowe	12
	Edytory graficzne	14
	Programy do przygotowywania grafiki sieciowej	14
	Przeglądarki stron WWW	15
	Polskie litery na stronie WWW	17
	Odbiorca strony	18
2	Tworzymy stronę WWW. Podstawy języka HTML	21
	Podstawy i struktura dokumentu	22
	Nagłówek dokumentu	26
	Ciało dokumentu	32
	Komentarze	33
	Prezentacja tekstu	34
	Nagłówki	34
	Akapity	34
	Cytaty	36
	Indeks górny i dolny	37
	Łamanie wierszy	38
	Wyróżnianie tekstu	39
	Twarda spacja	40
	Znacznik DIV	40

Listy	40
Lista wypunktowana	41
Lista numerowana	42
Lista definicji	43
Zagnieżdżanie list	43
Umieszczanie grafiki na stronie WWW	45
Hiperłącza	49
Hiperłącza tekstowe	50
Hiperłącza graficzne	53
Mapy odsyłaczy	54
Kotwice	58
Adresy względne i bezwzględne	60
Tabele	61
Proste tabele	64
Wymiarowanie tabel	66
Tabele niesymetryczne	69
Zagnieżdżanie tabel	71
Dodatkowe elementy tabeli	72
Formularze	83
Pola typu input	84
Pole typu select	86
Pole typu textarea	87
Przesyłanie treści formularza	87
Ramki	92
3 Modyfikujemy stronę WWW — CSS	97
Różnice pomiędzy formatowaniem za pomocą XHTML/HTML i CSS	98
Umieszczanie stylów w dokumencie	99
Jednostki miar i nazewnictwo kolorów stosowane w CSS	101
Jednostki względne	101
Jednostki bezwzględne	102
Nazewnictwo kolorów używane w CSS	103
Budowa stylu	105
Selektory	107
Identyfikatory	113
Klasy	114
Pseudoklasy	116
Pseudoelementy	120
Grupowanie selektorów	122
Dziedziczenie i kaskadowość to klucz do potęgi CSS	123
Formatowanie wyglądu tekstu	126
Wyrównanie tekstu	127
Pionowe wyrównanie	128
Wcięcie pierwszego wiersza akapitu	129
Odstępy — wiersze, wyrazy, litery	129
Dekoracja tekstu	131
Małe i duże litery	134
Kontrola pustej przestrzeni	135

Formatowanie wyglądu czcionki	136
Rodzaj czcionki	136
Rozmiar	138
Waga czcionki	141
Styl czcionki	142
Formatowanie wyglądu list	145
Typ listy	145
Własny punktograficzny	146
Pozycjonowanie listy względem punktora	147
Kolor i tło poszczególnych elementów	148
Kolor	148
Tło	149
Powielanie i zatrzymanie tła	150
Pozycjonowanie graficznego tła	152
Marginesy i dopełnienie	153
Marginesy zewnętrzne	153
Marginesy wewnętrzne — dopełnienie	155
Obramowanie elementów	157
Styl obramowania	158
Szerokość i kolor obramowania	160
Pozycjonowanie elementów	165
Określanie pozycji	167
Wymiarowanie elementów	167
Pływanie i tamowanie elementów	170
4 Przygotowywanie grafiki na potrzeby publikacji	
na stronie WWW	177
GIF	178
Transparentność — kolor przezroczysty	180
Przeplot	184
Animowany GIF	185
Redukcja palety kolorów	189
JPG	190
PNG	193
Pozostałe formaty publikacji grafiki na stronie WWW	194
Sposoby redukcji rozmiaru zdjęć i grafiki	196
Antyaliasing	198
Cięcie grafiki na mniejsze elementy	201
Mapa odsyłaczy	204
Skanowanie i obróbka obrazów na potrzeby strony WWW	205
Skanowanie	205
Obróbka skanu	208
5 Publikacja i utrzymanie strony	213
Wybór serwera — hosting	214
Zakładanie konta	216
Publikacja strony	219
Rejestracja domeny	222

6	Pozycjonowanie i promocja strony	227
	Popularne sposoby promocji strony	228
	Podpis poczty elektronicznej	228
	Grupy dyskusyjne	228
	Listy mailingowe	228
	Inne formy promocji	229
	Pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach	229
	Podstawy	230
	Prawidłowa indeksacja strony	232
	Zdobywanie pozycji	238
	Dodatek	243
	Zestawienie właściwości kaskadowych arkuszy stylów	243
	Właściwości tekstu	243
	Właściwości czcionki	246
	Właściwości list	248
	Kolor i tło	249
	Marginesy	251
	Dopełnienie	252
	Obramowanie	253
	Wymiary elementów	254
	Tabele	256
	Pozycjonowanie elementów	257
	Efekty wizualne	258
	Drukowanie	259
	Interfejs użytkownika	261
	Zawartość generowana i liczniki	262
	Zestawienie obsługi stylów przez przeglądarki	263
	Wczytywanie arkusza w zależności	
	od używanej przeglądarki	266
	Zabezpieczanie strony hasłem	268
	Opis skryptu FormMail	270
	Pola niezbędne do działania formularza	
	opartego na FormMail	270
	Pola poszerzające działanie formularza	271
	Własny licznik	273
	Podsumowanie	277
	Skorowidz	279

POZYCJONOWANIE I PROMOCJA STRONY

Każdy twórca strony chce, by po jej publikacji była ona oblegana przez tłumy odwiedzających. Niestety, w praktyce sprawa odwiedzin oraz popularności strony nie wygląda tak dobrze. Aby rozpropagować swoją witrynę, musisz sięgnąć po wiele rozwiązań i sztuczek, które postanowiłem opisać poniżej w zwartej formie.



Jeżeli interesuje Cię temat pozycjonowania i optymalizacji stron WWW, odwiedź moją stronę i poszukaj tam stosownych informacji i porad. W chwili gdy czytasz te słowa, na ukończeniu powinna być dedykowana książka na temat pozycjonowania stron WWW oraz optymalizacji kodu.

Popularne sposoby promocji strony

W niniejszym podrozdziale opisałem kilka prostych i popularnych sposobów promocji strony. Większość przedstawionych rozwiązań nie wymaga specjalistycznej wiedzy oraz dużego nakładu pracy. Dzięki temu świetnie nadają się one na start.

Podpis poczty elektronicznej

Najprostszym sposobem reklamy strony jest dodanie do wysyłanej poczty e-mail odpowiedniej stopki lub podpisu, zawierającego adres serwisu. Jeżeli wysyłasz dużo e-maili, to z całą pewnością w bliskiej przyszłości taka forma promocji odniesie skutek.

Dalej zamieściłem przykład swojej stopki, która jest częścią każdego listu wysyłanego z komputera.

```
--  
Bartosz Danowski :: http://danowski.pl ::  
Jak walczyć ze spam-em - http://danowski.pl/ksiazka/spam
```

W swoim przykładowym podpisie poza imieniem i nazwiskiem zamieściłem adres strony internetowej oraz reklamę losowo wybranej książki.



Tworząc stopkę poczty, musisz pamiętać o tym, by nie zawierała ona więcej niż cztery wiersze — w przeciwnym razie możesz spotkać się z krytyką takiego działania ze strony innych użytkowników internetu.

Grupy dyskusyjne

Możliwa jest także promocja strony na grupach dyskusyjnych, w tym celu powstała specjalna grupa o nazwie *pl.comp.www.nowe-strony*. Tam możesz bez obaw wysłać informacje o swojej stronie i o tym, gdzie się ona znajduje.

Poza wspomnianą grupą możesz także spróbować zareklamować stronę na innych grupach tematycznie związanych z zawartością witryny. Jednak pamiętaj, że nie wszędzie jest to mile widziane i zanim pošlesz wiadomość, postaraj się zapoznać z zasadami panującymi na wybranej przez Ciebie grupie dyskusyjnej.

Listy mailingowe

Promocja strony WWW czy też usług oferowanych w internecie za pomocą poczty elektronicznej jest tak stara, jak sam internet. Decydując się na ten sposób promocji strony, musisz pamiętać o kilku ważnych rzeczach.

Moim zdaniem najważniejszą sprawą jest grono adresatów poczty. Nie powinieneś wysyłać poczty elektronicznej do grupy ludzi, których adresy znalazły się w bazie danych, będącej w Twoim posiadaniu. Takie działanie zazwyczaj spotyka się z wrogością odbiorców, często bowiem okazuje się, że ich adresy e-mail trafiły do takiej bazy bez ich wiedzy i zgody.



Zanim zdecydujesz się rozsyłać e-maile z reklamami Twojej strony, koniecznie zapoznaj się z książką *Spam. Profilaktyka i obrona* — <http://danowski.pl/ksiazka/spam>.

Dlatego skorzystaj z systemów do prowadzenia biuletynów informacyjnych i umożliw swoim czytelnikom dopisywanie swoich adresów do Twojej bazy. Dzięki temu unikniesz problemów związanych z posądzaniem o spamowanie.

Inne formy promocji

Do innych form promocji można zaliczyć zamieszczenie adresu strony na papierze firmowym, wizytówkach, folderach reklamowych oraz w branżowych magazynach.

Dzięki temu o Twojej stronie dowiedzą się ludzie, którzy są zainteresowani tym, co robisz lub co oferujesz.

Pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach

Zdecydowanie najlepszym sposobem na wzrost popularności Twojej strony jest jej optymalizacja, przygotowanie do indeksacji przez wyszukiwarkę oraz zdobywanie wysokich pozycji w wynikach wyszukiwania.



Porady zamieszczone poniżej potraktuj jako wstęp do pozycjonowania stron WWW, gdyż temat ten jest na tyle obszerny, że wymaga osobnej i grubej książki. Nie zmienia to faktu, że niektóre rady tu zamieszczone są na tyle uniwersalne i ponadczasowe, że ich stosowanie w niczym nie zaszkodzi, a często przyniesie pożądaną efekt w postaci dobrych miejsc w wynikach wyszukiwania.

Podstawy

Na samym początku przeanalizuj treść swojej strony i na tej podstawie wybierz kilka słów kluczowych. Powinny być to słowa lub frazy, które najlepiej oddają zawartość strony i są wykorzystywane przez ludzi szukających informacji w sieci. Aby prawidłowo wykonać to zadanie, warto wczuć się w rolę osoby szukającej, a nie pozycjonującej stronę.

Analizując zawartość mojej strony, doszedłem do wniosku, że każda z podstron omawiających książki korzysta z innych słów i fraz kluczowych. Dlatego jako przykład do dalszych rozważań posłuży mi strona jednej z ostatnich książek *Nero 7. Nagrywanie płyt CD i DVD. Ćwiczenia praktyczne* — <http://danowski.pl/ksiazka/cwerner7>. Wytypowane przeze mnie słowa kluczowe wypisałem poniżej.

- Nero,
- Nagrywanie płyt,
- Nero Burning ROM,
- Wypalanie płyt,
- Płyty CD DVD,
- Kopiowanie płyt.

Mając wybrany zestaw kluczowych fraz i słów, możesz zabrać się do optymalizacji kodu strony. W pierwszej kolejności musisz zadbać o odpowiednie opisanie znaczników `<meta />`. Poniżej zamieściłem przykład odpowiednich znaczników wraz z wpisanym słowami kluczowymi. Pamiętaj, że oba elementy muszą znajdować się w nagłówku strony pomiędzy znacznikami `<head></head>`.

```
<meta name="keywords" content="nero, nagrywanie płyt, nagrywanie płyt,  
kopiowanie płyt, kopiowanie płyt, wypalanie płyt, wypalanie, płyty CD DVD " />  
<meta name="description" content="Poznaj możliwości pakietu Nero i naucz się  
nagrywać płyty CD oraz DVD" />
```

Zwróć uwagę, że słowa kluczowe — znacznik `keywords` — rozdzielone są przecinkami, a te z wyrazów, które zawierają polskie znaki profilaktycznie zostały powtórzone. Postaraj się nie dodawać zbyt wielu słów kluczowych, bo wyszukiwarki i tak nie uwzględniają wszystkich.

Drugi z przedstawionych znaczników zawiera opis strony, który przez niektóre wyszukiwarki jest przedstawiony wraz z wynikami wyszukiwania. Opis powinien być zwięzły i na temat, bo w dużej mierze od niego zależy, czy dany gość poczuje się zachęcany do bliższego zapoznania się z Twoją stroną. Staraj się w opisie wykorzystywać słowa kluczowe.

Następnym istotnym elementem jest tytuł strony. Przypomnę tylko, że jest on tworzony za pomocą znacznika `<title></title>`. Dobrze zbudowany tytuł strony powinien zawierać informacje o jej zawartości oraz pozycjonowane frazy lub słowa kluczowe. Zdecydowanie złym pomysłem jest tworzenie tytułu zawierającego np. nazwę mało znanej firmy produkującej okna. Mało kto będzie szukał producenta okien po nazwie firmy. Poniżej przedstawiłem dobrze skonstruowany tytuł strony.

```
<title>Nero – nagrywanie płyt CD i DVD</title>
```

Kolejnym istotnym elementem, który musi znaleźć się w kodzie strony, jest znacznik `<meta name="robots" />`, który informuje robota wyszukiwarki o tym, co można indeksować na stronie. Poniżej znajduje się przykładowy wpis, pozwalający na pełną indeksację wszystkich podstron serwisu.

```
<meta name="robots" content="index, follow" />
```

Oczywiście w zależności od potrzeb wartości wpisane do atrybutu content mogą przybierać inną postać, np.:

- 'index' — strona powinna być zaindeksowana,
- 'noindex' — strona nie powinna być zaindeksowana,
- 'follow' — linki z tej strony powinny być zaindeksowane,
- 'nofollow' — linki z tej strony nie powinny być zaindeksowane,
- 'all' równa się 'index, follow' — wartość domyślna,
- 'none' równa się 'noindex, nofollow'.

Uwaga, wszystkie opisane w niniejszym podrozdziale znaczniki języka XHTML/HTML powinny znaleźć się w nagłówku każdej z podstron serwisu.

Po zmianach kodu strony przyszała pora na to, aby przyjrzeć się treści pozycjonowanej strony. Poprawnie napisany tekst przeznaczony do prezentacji na stronie WWW powinien spełniać kilka surowych kryteriów, dzięki którym będzie trafiał do czytającego oraz wpłynie na poprawę wyników wyszukiwania.

- Tekst powinien być możliwie krótki i zwarty,
- Najważniejsze elementy powinny być umieszczone na początku tekstu,
- Wewnątrz tekstu powinny zostać umiejętnie wplecione frazy i słowa kluczowe, które zostały wybrane do pozycjonowania,
- Tekst powinien być napisany poprawną polszczyzną i w pierwszej kolejności kierowany do osoby czytającej, a dopiero później do robotów wyszukiwarek.

- Staraj się używać w treści strony nagłówków. Pamiętaj, że nagłówek H1 może wystąpić tylko raz na stronie. W miarę możliwości nagłówki powinny zawierać w sobie pozycjonowane frazy lub słowa kluczowe.
- Używaj znaczników odpowiedzialnych za wyróżnianie tekstu. Wyróżnienia powinny dotyczyć pozycjonowanych fraz lub słów kluczowych. Ważne jest jednak, aby wyróżniać z umiarem i tylko to, co faktycznie jest istotne.

Prawidłowa indeksacja strony

Po dobraniu słów kluczowych, prawidłowym opisie istotnych znaczników w kodzie strony i optymalizacji tekstów przyszła pora na to, aby zadbać o należyłą indeksację strony przez wyszukiwarki. Zanim jednak przejdziemy do konkretów, kilka ważnych informacji na temat tego, w jaki sposób działają roboty wyszukiwarek.

W dużym uproszczeniu roboty wyszukiwarki jest samodzielna przeglądarką, która analizuje zawartość strony i wyniki swoich obserwacji przesyła do bazy danych. Robot po wypuszczeniu z „klatki” zaczyna swoją wędrówkę po sieci i przemieszcza się pomiędzy indeksowanymi stronami dzięki odnośnikom. Dlatego bardzo ważnym elementem jest prawidłowe połączenie wszystkich stron w serwisie. Robot musi mieć swobodę skakania ze strony na stronę tak, by zapoznał się ze wszystkimi częściami serwisu.

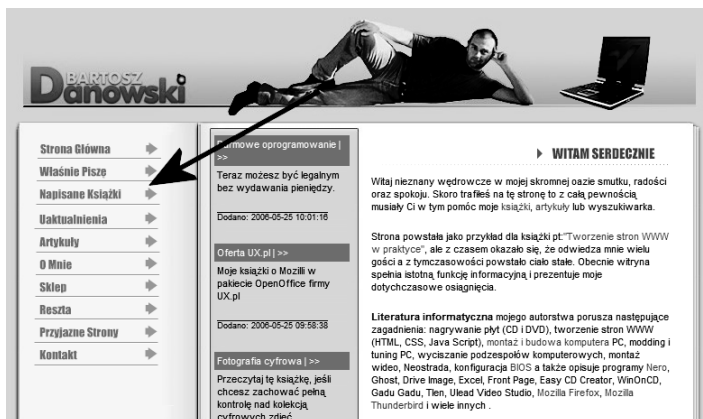
Niestety robot sieciowej wyszukiwarki w zależności od tego, z jakim serwisem macierzystym jest powiązany, ma szereg braków i ograniczeń, które musimy brać pod uwagę podczas tworzenia strony.

Zacznijmy od najważniejszego ograniczenia. Otóż większość robotów nie potrafi analizować stron wykorzystujących technologię Adobe Flash (dawniej Macromedia Flash) lub robi to nieudolnie. Efektem tych ograniczeń może być zerowa lub szczątkowa indeksacja Twojej strony.

W przypadku mojej strony domowej (starej wersji) boczne menu nawigacyjne zostało wykonane za pomocą programu Adobe Flash — rysunek 6.1, co zaowocowało w pierwszej fazie problemami z indeksacją strony.

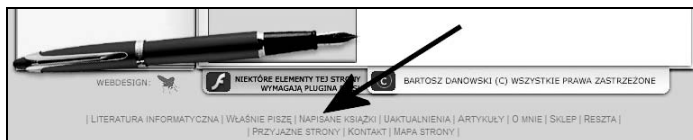
Niestety, roboty indeksowały wyłącznie stronę główną oraz podstrony, do których odnośniki znajdowały się w kolumnie aktualności i w głównej treści strony. Łącznie w indeksie znajdowało się zaledwie kilkanaście procent całego serwisu.

Opisany powyżej problem można rozwiązać przynajmniej na trzy sposoby, które pozwoliłem sobie szerzej opisać poniżej.



Rysunek 6.1. System nawigacji zbudowany w oparciu o Adobe Flash jest złym rozwiązaniem z punktu widzenia pozycjonowania stron

Najszybszym rozwiązaniem jest dodanie drugiego, tekstowego menu nawigacyjnego, przeznaczonego głównie dla robotów. W przypadku mojej strony domowej takie menu pojawiło się w stopce strony — rysunek 6.2.

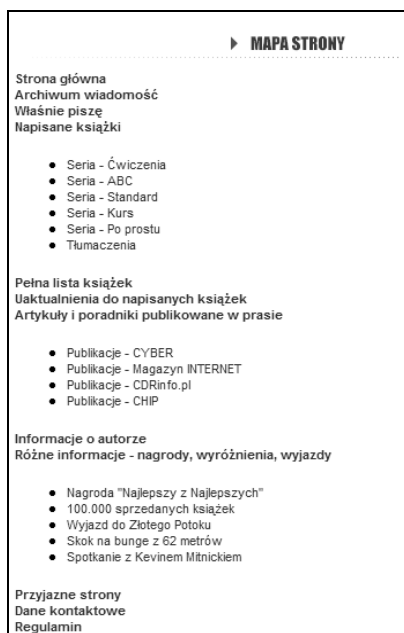


Rysunek 6.2. Dodatkowe tekstowe menu nawigacyjne wpływa na lepszą indeksację strony

Drugim rozwiązaniem, które wymaga odrobinę więcej zachodu, jest stworzenie *mapy strony*. W praktyce taka mapa jest wykazem odnośników do wszystkich podstron serwisu. Rysunek 6.3 przedstawia przykładową mapę mojej strony domowej.

Tworząc mapę strony, warto skorzystać z list wypunktowanych lub numerowanych, a gotową podstronę bezwzględnie należy podpiąć na głównej stronie serwisu za pomocą tekstowego odnośnika. Na przykładowej witrynie odnośnik do mapy strony znajdziesz w tekstowym menu nawigacyjnym, umieszczonym w stopce — rysunek 6.2.

Ostatnim i chyba najbardziej wymagającym rozwiązaniem jest zmiana systemu nawigacji strony i zastąpienie go lepszym oraz nowocześniejszym rozwiązaniem, jakim są kaskadowe arkusze stylów. Na rysunku 6.4 widać alternatywne menu nawigacyjne mojej strony domowej, wykonane za pomocą CSS.



Rysunek 6.3. Mapa strony bardzo dobrze wpływa na lepszą indeksację strony



Liczące się wyszukiwarki udostępniły specjalne narzędzie do tworzenia map strony oraz zarządzania nimi. Dzięki temu strony mają być jeszcze lepiej i dokładniej indeksowane. Przykładem takiego rozwiązania może być *Google Sitemap* — <http://www.google.com/webmasters/sitemaps>.



Rysunek 6.4. Za pomocą CSS można stworzyć równie atrakcyjne, a przy tym funkcjonalne menu nawigacyjne

Powyższy projekt nigdy nie został wykorzystany na stronie, ponieważ zdecydowałem o zmianie jej charakteru i wyglądu, o czym sam możesz się przekonać, odwiedzając ją. Nie zmienia to faktu, że przykładowe menu jest wygodne w codziennym użyciu, działa poprawnie w różnych przeglądarkach i świetnie „współpracuje” z robotami wyszukiwarek.

Poniżej zamieściłem przykładowy arkusz stylów oraz kod strony WWW z prezentowanym menu. Mam nadzieję, że dzięki informacjom zawartym w poprzednich rozdziałach niniejszej książki poradzisz sobie z przygotowaniem podobnego systemu nawigacji.

Kod XHTML

```
<div id="menu">
  <ul id="danowski">
    <li><a href="#1" title="Strona główna">Strona
    główna</a></li>
    <li><a href="#2" title="Napisane
    książki">Książki</a></li>
    <li><a href="#3" title="Artykuły">Artykuły</a></li>
    <li><a href="http://danowski.blogspot.com"
    title="Blog">Blog</a></li>
    <li><a href="#4" title="Właśnie piszę">Właśnie
    piszę</a></li>
    <li><a href="#5"
    title="Aktualnienia">Aktualnienia</a></li>
    <li><a href="#6" title="O mnie">O mnie</a></li>
    <li><a href="#7" title="Sklep">Sklep</a></li>
    <li><a href="#8" title="Reszta">Reszta</a></li>
    <li><a href="#9" title="Przyjazne strony">Ciekawe
    strony</a></li>
    <li><a href="#10" title="Kontakt">Kontakt</a></li>
  </ul>
</div>
```

Arkusz stylów

```
ul#danowski
{
  list-style: none;
  margin: 0;
  padding: 0;
}
#menu
{
  width: 150px;
  border-style: solid solid none solid;
  border-color: #F4F4F4;
  border-size: 1px;
  border-width: 1px;
  margin: 10px;
}
```

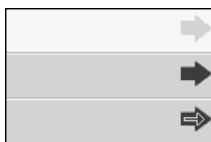
```
#menu li a
{
  height: 32px;
  voice-family: "\"}\"";
  voice-family: inherit;
  height: 24px;
  text-decoration: none;
  outline-style: none;
}

#menu li a:link, #menu li a:visited
{
  color: #404040;
  display: block;
  background: url(images/menu1.gif);
  padding: 8px 0 0 10px;
  outline-style: none;
}

#menu li a:hover
{
  color: #26370A;
  background: url(images/menu1.gif) 0 -32px;
  padding: 8px 0 0 10px;
}

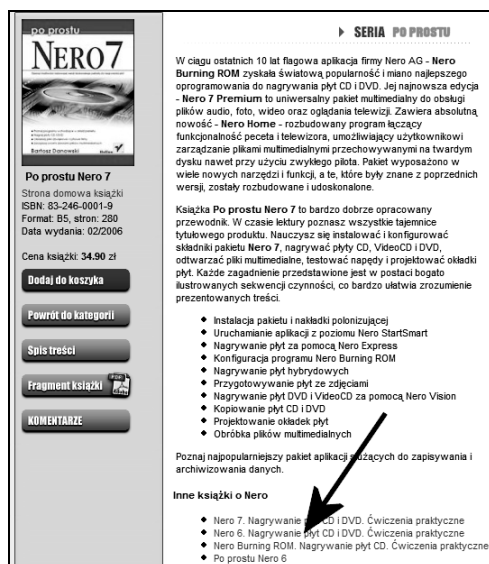
#menu li a:active
{
  color: #26370A;
  background: url(images/menu1.gif) 0 -64px;
  padding: 8px 0 0 10px;
}
```

Na rysunku 6.5 widać obrazek wykorzystany do stworzenia menu.



Rysunek 6.5. Zmysłna konstrukcja obrazka powoduje, że animacja menu jest płynna niezależnie od posiadanego łącza

Szalenie ważnym czynnikiem poprawiającym dokładną indeksację strony jest system wewnętrznych odnośników pomiędzy stronami. Innymi słowy, w miarę możliwości zadbaj o to, aby poszczególne strony były powiązane między sobą. Zwróć uwagę, że na przykładowej stronie głównej można np. znaleźć odnośnik do strony o książce omawiającej program Nero. Po otwarciu odpowiedniej podstrony pod opisem książki znajdziesz kilka kolejnych odnośników do innych książek na ten sam temat — rysunek 6.6.



Rysunek 6.6. Zadbaj o wzajemne powiązania poszczególnych stron

Tworząc system wzajemnych powiązań, staraj się wykorzystywać w odsyłaczach słowa kluczowe wybrane do pozycjonowania strony.



Jeżeli z jakichś powodów dany odsyłacz ma nie być analizowany przez robota wyszukiwarki, można skorzystać z atrybutu `rel="nofollow"`.

```
<a href="http://danowski.pl" rel="nofollow">Ten odsyłacz nie zostanie sprawdzony przez robota</a>
```

Musisz wiedzieć, że wszystkie zmiany w wyszukiwarkach wymagają czasu i co za tym idzie, efekty Twojej pracy mogą być widoczne dopiero po kilku tygodniach, a w szczególnych przypadkach nawet po kilku miesiącach.

Kontrola stopnia indeksacji witryny jest możliwa za pomocą specjalnych poleceń, które możemy wpisać w okno wyszukiwarki. Na przykład w przypadku najpopularniejszej sieciowej wyszukiwarki — Google, polecenie ma następującą postać:

```
site:http://danowski.pl
```

Bezpośrednio po poleceniu **site:** podajemy adres strony, która ma zostać sprawdzona. Rysunek 6.7 przedstawia przykładowe wyniki dla mojej strony domowej.



Rysunek 6.7. Wynik działania polecenia site:

W chwili wykonywania testu ilość zindeksowanych stron w bazie Google wynosiła 856. Biorąc pod uwagę, że cały serwis w starej wersji miał około 1000 podstron, jest to wynik bardzo dobry. Pamiętaj o tym, że wyniki dla zapytania **site:** nigdy nie pokazują stu procent stanu faktycznego i każdego dnia mogą być inne — to normalne.

Zdobywanie pozycji

Skoro kod strony został poprawiony a konstrukcja poszczególnych podstron zoptymalizowana tak, by poprawnie była analizowana i indeksowana przez roboty wyszukiwarek, możemy zająć się zdobywaniem pozycji.

Ze względu na poglądowy charakter tego opisu skupię się tutaj wyłącznie na wyszukiwarce Google. Pamiętaj jednak, że konkurencja stara się naśladować lidera rynku, więc żadna z opisanych poniżej metod Ci nie zaszkodzi, a może jedynie pomóc.

Pod pojęciem zdobywania pozycji rozumiem to, że dla konkretnego zapytania zadanego wyszukiwarce zwróci ona adres Twojej witryny na możliwie najwyższym miejscu. Osobiście uważam, że zadowalającym rezultatem jest pierwsza podstrona wyników.

Ostatnie miesiące utwierdziły mnie w przekonaniu, że do zdobycia wysokiej lokaty w wynikach wyszukiwania wystarczy odpowiednia liczba odsyłaczy prowadzących do Twojej strony z innych witryn. Odnośniki takie muszą mieć następującą postać:

```
<a href="http://danowski.pl/ksiazka/ppner7" target="_blank">Nero</a>
<a href="http://danowski.pl/ksiazka/ppner7" target="_blank">Książka Nero</a>
<a href="http://danowski.pl/ksiazka/ppner7" target="_blank"></a>
```

Szczególnie istotnym elementem odsyłacza prowadzącego do Twojej strony jest pozycjonowana fraza lub słowo kluczowe. Na początku zdecydowałem, że pozycjonować będę stronę książki o Nero, więc trudno o lepszy odnośnik.

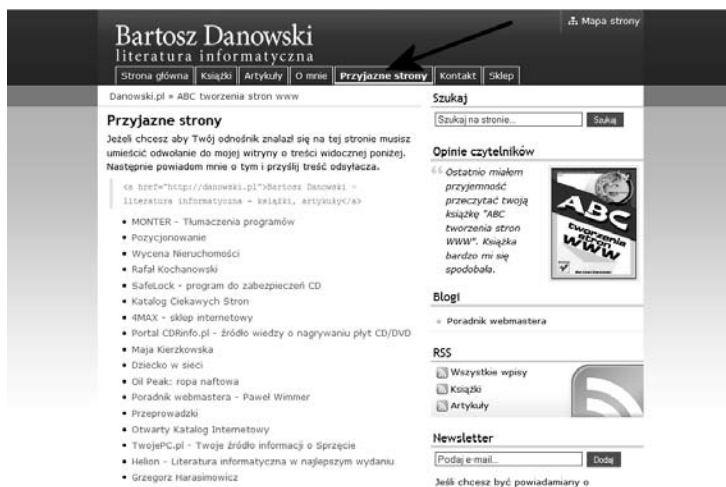
Właściwie w tym miejscu mogę zakończyć swój wywód stwierdzeniem, że należy zdobywać możliwie najwięcej odnośników prowadzących do swojej strony i to wystarczy do osiągnięcia wysokiej pozycji. Niestety, prawda jest trochę inna i dlatego zachęcam do lektury dalszej części tego podrozdziału.

Zdobywając odnośniki prowadzące do Twojej strony, musisz pamiętać o kilku ważnych rzeczach. Pozwoliłem sobie wypisać w podpunktach najważniejsze czynniki, jakie mają tutaj znaczenie.

- Pamiętaj, że wartość ma tylko jeden odnośnik z danej strony. Jeżeli znajomy doda u siebie kilka odnośników do Twojej strony i każdy z nich będzie miał inny opis, to nie wpłynie to w znacznym stopniu na uzyskane przez Ciebie wyniki. Oczywiście każda podstrona serwisu znajomego może zawierać odnośnik o różnej treści.
- Zadbaj o pozyskanie odnośników z innych serwisów o podobnej tematyce. Twórcy wyszukiwarek wiedzą, że konkurencja nie współpracuje ze sobą i ciężko pozyskać odnośniki z takich miejsc. Dlatego odsyłacze tego typu mają dużo większą wartość i w znaczącym stopniu wpływają na Twoje notowania.
- Unikaj złego sąsiedztwa i nie publikuj odnośników na stronach o treści powszechnie uznanej za szkodliwą. Mam tutaj na myśli strony pornograficzne, nazistowskie etc.
- Zabiegaj o odnośniki ze stron o wysokim współczynniku *PageRank*. Więcej na temat tego elementu napisałem w dalszej części niniejszego rozdziału.
- Staraj się pozyskiwać po kilka odnośników dziennie i pamiętaj, że różne „magiczne” systemy służące do zdobywania odnośników, np. LinkVault, nic Ci nie dadzą. Zdarzają się przypadki, gdy dodawanie zbyt dużej ilości odnośników prowadzi do problemów i np. wykluczenia strony z wyników wyszukiwania.
- Zadbaj o to, aby informacja o Twojej stronie znalazła się w liczących się katalogach stron WWW. Osobiście uważam, że warto zainteresować się następującymi katalogami: <http://www.webwwweb.pl>, <http://katalog.onet.pl>, <http://katalog.wp.pl> oraz <http://dmoz.org>.

Jak widzisz, praca nad pozycją w dużej mierze polega na zdobywaniu odnośników do Twojej strony. Dlatego uznałem, że dobrym pomysłem jest przedstawienie kilku sposobów na to, w jaki sposób zdobywać odsyłacze.

- Prowadząc stronę o ciekawej zawartości oraz dużej popularności, nie musisz się martwić o odsyłacze, bo Twoi goście sami będą stronę polecać na swoich witrynach. Przykładem takiej sytuacji jest *CDRinfo.pl*.
- Umieść na swojej stronie dział z odnośnikami do innych i staraj się wymieniać adresami. Przykład dobrze skonstruowanej strony z odnośnikami możesz zobaczyć na rysunku 6.8.



Rysunek 6.8. Przykład strony z odnośnikami. Zasada jest prosta — jeżeli chcesz u mnie adres swojej strony, umieść u siebie odnośnik do mnie. Warto podać dokładny kod, dzięki czemu masz gwarancję, że wszystkie odwołania będą miały należyłą postać

- Jeżeli dysponujesz budżetem na promocję strony, warto pomyśleć o zakupie wartościowych odnośników. Miejscem pomocnym w dokonywaniu takich transakcji jest strona <http://forum.optimalizacja.com>.

Pora na to, aby dowiedzieć się, w jaki sposób sprawdzić liczbę stron odwołujących się do Twojej strony. Również w tym przypadku do dyspozycji mamy specjalne zapytanie, które w połączeniu z adresem strony wpisujemy na stronie wyszukiwarki.

link:<http://helion.pl>

Na rysunku 6.9 widać wyniki, jakie Google pokazało dla powyższego zapytania. Testowa strona posiada aż 3520 odnośników z innych witryn.



Rysunek 6.9. Przykład działania zapytania link:

W tym miejscu pragnę zwrócić Twoją uwagę na fakt, że odnośniki z innych witryn w połączeniu z dobrze zbudowaną stroną dają piorunujące wrażenie. Przykładem takiej sytuacji może być podstrona mojego serwisu poświęcona książce o Nero. Dla zapytania o treści *nero* pojawia się ona na pierwszej stronie wyników — rysunek 6.10. Nieskromnie pochwalę się tym, że dla tego słowa kluczowego konkurencja jest bardzo duża i Google ma ok. 66 milionów wyników.

Na koniec pragnę napisać kilka słów o wskaźniku PageRank, o którym wcześniej wspominałem. Otóż wskaźnik ten jest jednym z elementów działania wyszukiwarki Google i na temat jego roli powstało wiele spekulacji. Ostatnio możemy zauważyć, że wpływ PageRank na wyniki znacznie zmalał, ale mimo to wielu webmasterów dba o to, aby był on jak najwyższy.

PageRank przybiera wartość z przedziału od 0 do 10. Nowa strona zaczyna swoje życie ze wskaźnikiem o wartości 0, a wraz ze wzrostem popularności PageRank rośnie. Dobrze zoptymalizowana i popularna strona powinna mieć PageRank na poziomie 5 lub 6. Wyższe wartości tego wskaźnika uzyskują tylko duże i bardzo popularne strony. Na przykład <http://www.google.com> ma PageRank o wartości 10.

Za przyrost wartości PageRank odpowiada duża ilość odsyłaczy prowadzących do Twojej strony. Dlatego jeżeli będziesz stosować się do porad zamieszczonych w niniejszym podrozdziale, masz szansę na to, że wskaźnik ten zyska większą wartość niż domyślne 0. Pamiętaj jednak, że wartość PageRank zmienia się stosunkowo rzadko i na aktualizację trzeba czekać nawet kilka miesięcy.

The screenshot shows a Google search interface. At the top, there are navigation links: Sieć, Grafika, Grupy dyskusyjne, Katalog, więcej. The search bar contains the text 'nero'. Below the search bar, there are radio buttons for 'Szukaj w sieci' (selected) and 'Szukaj na stronach kategorii: Polski'. The search button is labeled 'Szukaj' and has a small 'Ustawienia' link next to it. Below the search bar, the results are displayed. The first result is 'Nero Burning Rom 7.2.3.2b - PROGRAMS.pl'. The second result is 'NeroPortal | Nero 7 Ultra Edition - Nero 6 Ultra Edition - Nero ...'. The third result is 'NeroPortal | Nero 7 Premium - Nero 6 Reloaded - Nero Digital ...'. The fourth result is 'Nero 6.0.0.9 - Download IDG.pl'. The fifth result is 'Aktualności IDG.pl - Nero 6 do pobrania'. The sixth result is 'Nero 6 6 0 16 :: pliki.pl'. The seventh result is 'Bartosz Danowski - Książka Po prostu Nero 6'. An arrow points from the search bar to the first result.

Rysunek 6.10. Miejsce w pierwszej dziesiątce dla popularnego słowa kluczowego

Wartość wskaźnika PageRank możesz sprawdzić na kilka sposobów:

- Strona <http://www.optymalizacja.com/pagerank.php>
- Wtyczka dla przeglądarki Mozilla Firefox o nazwie *SearchStatus* — <http://www.quirk.biz/searchstatus>.