Государственное бюджетное учреждение культуры «Оренбургская областная универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской»

Научно-методический отдел

Сайт как средство формирования имиджа библиотеки

(методические рекомендации)

Оренбург
2016

Сайт как средство формирования имиджа библиотеки: метод. рекомендации / Оренб. обл. универ. науч. б-ка им. Н. К. Крупской; сост. Ж. О. Журсинова; НМО. – Оренбург: РИО ООУНБ, 2016. – с.

Составитель:
Ж. О. Журсинова – ведущий методист научно-методического отдела ООУНБ им. Н. К. Крупской

Ответственный за выпуск:
Л. Л. Кучапина – заместитель директора по научной работе ООУНБ им. Н. К. Крупской

Редактор:
Т. А. Камскова – зав. редакционно-издательским отделом ООУНБ им. Н. К. Крупской, канд. пед. наук

Техническая обработка материала:
Ю. М. Брамук – библиотекарь редакционно-издательского отдела ООУНБ им. Н. К. Крупской

От составителя

Сайт библиотеки как учреждения культуры - это не только потребность современного общества, но и государственное требование. Создать сайт означает для библиотеки реализовать одну из задач автоматизации – объединить традиционное книжное содержание библиотечной деятельности и высокую степень владения современными программными средствами, телекоммуникационными технологиями.

С чего начать? Прежде всего, стоит определиться: что вы ожидаете от странички в Интернете? Для чего она создается и какие цели преследует: предложить услуги, найти спонсора, заинтересовать партнеров, привлечь внимание пользователей или заявить миру о себе? За какой информацией сюда будут приходить пользователи? И кто, собственно говоря, предположительно будет ее посещать? То есть, в действительности, структура и наполнение сайта должны определяться с учетом тех задач, которые пользователи захотят и смогут решить с его помощью.

Как же сделать сайт таким, чтобы он давал отклик потребностям посетителей? Как сделать сайт максимально эффективным средством успешной коммуникации и поддержания благоприятного имиджа организации?

Ответы на эти и другие вопросы вы найдете в материалах данного пособия. Приведенные в рекомендациях полезные советы – попытка предостеречь от возможных ошибок и улучшить качество сайта.

СДЕЛАЕМ САЙТ ПО ТРЕБОВАНИЯМ ЗАКОНА

Сайт учреждения культуры – визитная карточка, а также инструмент, с помощью которого можно активно взаимодействовать с получателями услуг. Он помогает развивать деятельность учреждения и отвечать запросам и потребностям современного общества.

Ответственность за сайт учреждения несет в первую очередь руководитель. Следить за работой сайта может администратор либо другой сотрудник, которому это поручено. Всем, кто работает с сайтом государственного учреждения, следует знать и выполнять соответствующие требования законодательства.

Наличие сайта обязательно

Вопрос о создании и ведении сайта связан с принципом информационной открытости сведений об организации.

Вся официальная статистика по культуре должна быть достоверна, своевременна и открыта (Ст.36 Закона РФ от 09.10.1992 № 3612 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре». Механизм реализации этого требования раскрыты в ст. 36.1 «Независимая оценка качества оказания услуг организациями культуры» и ст. 36.2 «Информационная открытость организаций культуры».

Таким образом, сайт библиотеки как учреждения культуры – это не только потребность современного общества, но и государственное требование. Руководитель учреждения также несет ответственность за его отсутствие.

Какая информация должна быть на сайте

Независимо от вида деятельности учреждения культуры (библиотека, музей, театр и пр.) есть обязательная информация, которая должна быть представлена на сайте. Это связано с реализацией принципа открытости и доступности сведений об учреждении и права получателей услуг на информацию (приказ Минкультуры России от 20.02.2015 №277 «Об утверждении требований к содержанию и форме предоставления информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов местного самоуправления и организаций культуры в сети «Интернет», далее – Приказ №277).

Как часто обновлять информацию

Сайт, который не обновляется регулярно, становится неинтересен посетителям. Основное требование законодательства – обязательная информация должна быть размещена и обновлена в течение 10 рабочих дней со дня ее создания, получения или внесения соответствующих изменений (п.3 требований, утвержденных Приказом №277, п.3 ст.29 Закона № 273-ФЗ).

Речь идет об актуальности той информации, которая подлежит обязательному размещению. К другим материалам такие требования не предъявляются. Под «другими» материалами имеются в виду новости, события из жизни учреждения, анонсы, информация для посетителей и т.д. Но это не повод не обновлять эти разделы: сайт с устаревшими данными перестает быть актуальным и теряет своих посетителей.

В каком формате размещать информацию

Сайт - это площадка, на которой можно реализовать любые мультимедийные замыслы. Информация может быть представлена в виде текстов, таблиц, изображений, анимации, видео и пр. Можно размещать презентации, баннеры с переходами на другие Интернет – ресурсы. Вопрос лишь в квалификации администратора и возможности самого сайта.

Размещение материалов несложно оптимизировать благодаря знанию технических требований и возможностей сайта. Так, загрузку фотографий на сайт лучше производить только после их предварительного уменьшения. Это снизит нагрузку на страницу с изображениями, она будет быстрее загружаться у пользователей.

Обязательный функционал на сайтах

Практически ни один сайт не обходится без традиционного набора сервисов. Их наличие подкреплено законодательными актами (п.2 требований, утвержденных Приказом №277; Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки (утвержден Минкультуры России 31.10.2014, одобрен Российской библиотечной ассоциацией); приказ Минкультуры России от 05.10.2015 №2515; ГОСТ Р 52872-2012 Интернет –ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению) и потребностями пользователей.

Основной функционал таков:

• поисковик (строка поиска по сайту);
• карта сайта (интерактивное содержание всего сайта);
• форма обратной связи (любой пользователь сайта может обратиться к администрации учреждения);
• версия для слабовидящих;
• мобильная версия;
• электронный библиотечный каталог;
• онлайн – опросы и др.

Требования к базам данных и хранению информации

В 2014 году внесены поправки в Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон №149- ФЗ). По отношению к сайтам следует учитывать п. 4,7 ст.16 Закона №149-ФЗ: информация (базы данных) должны храниться на территории Российской Федерации. Это касается прежде всего серверов, на которых происходит сбор, накопление и обновление данных (информации).

Полезный совет:

- Для оптимизации работы сайта создайте конкретизирующие локальные акты или нормативы, в которых пропишите зоны ответственности сотрудников учреждения, цели и задачи официального сайта, укажите технические характеристики и данные обслуживающей компании, а также иные аспекты, связанные с работой сайта;
- Получите точную информацию о хранении баз данных по вашему сайту. Для этого обратитесь в обслуживающую компанию или к специалисту, который занимался созданием официального интернет – ресурса учреждения. Обращение лучше делать в письменной форме. Это позволит в дальнейшем представить проверяющим органам подтверждающий документ.

ДЕСЯТЬ ПРИНЦИПОВ КАЧЕСТВА

Качественный веб – сайт должен:

• быть **прозрачным**, т. е. ясно обозначать свое назначение и поставленные при его создании цели, а также организацию, отвечающую за управление им;

• осуществлять отбор, оцифровку, авторизацию, представление и оценку содержания, которые делают этот сайт **эффективным** для пользователей;

• работать в соответствии с политикой качества обслуживания, обеспечивающей его своевременную и надлежащую **поддержку** и актуализацию;

•быть **доступным** для всех пользователей, независимо от их физических ограничений или используемых технологий, включая навигацию, содержание и элементы интерактивности;

• быть **ориентированным на пользователей**, принимать во внимание потребности пользователей, обеспечивать им своевременность и простоту работы с сайтом, реагируя на оценку сайта пользователями и поступающую от них обратную связь;

• обладать **реактивностью** – разрешать пользователям контактировать с сайтом и получать адекватный ответ; при необходимости стимулировать пользователей задавать вопросы; обмениваться информацией и проводить дискуссии, как с пользователями, так и между ними;

• осознавать значение **многоязычности** и обеспечивать минимальный уровень доступа к информации более, чем на одном языке;

• быть **совместимым** с другими веб – сайтами по культуре, предоставляя пользователям возможность легко находить информационные ресурсы и услуги;

• быть **управляемым** на основе уважения прав интеллектуальной собственности и частной жизни и четкой декларации условий использования веб – сайта и его содержания;

• использовать соответствующие стратегии и стандарты, обеспечивающие веб – сайту и его содержанию долговременную **сохранность.**

Наиболее значимыми этапами в достижении качества являются:

- планирование веб – сайта;
- организация веб – сайта;
- внедрение веб – сайта;
- размещение в онлайн.

Полезный совет:

- Качество должно быть включено в план на начальных этапах разработки веб – сайта;
- Пользователи очень важны, и обращаться к ним нужно на каждой стадии разработки и развития сайта;
- Следует помнить о необходимой связи как с другими онлайновыми ресурсами (совместимость) так и с будущими ресурсами (долговременная сохранность);
- Чтобы последовательно оценить веб – сайт вашей библиотеки на соответствие каждому из указанных принципов, следует ответить на вопросы тестов http://www.ifapcom.ru/files/principles_of_quality_1.pdf

КАЧЕСТВЕННЫЙ САЙТ: СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА

1. Глубина содержания	Содержание информации: - актуальная - максимально полная - интересная -ориентирована на определенную аудиторию
2. Продуманная структура	Самой удобной считается древовидная структура: - понятная - простая - логичная
3. Легкость навигации	Понятная и простая с точки зрения пользователей. Возможность нахождения необходимой информации по одному клику.
4. Стабильность информационных ресурсов	Типовой «библиотечный набор»: - общие сведения о библиотеке (информационная справка, распорядок работы, правила записи читателей, информация о фондах; - характеристика информационных ресурсов (перечень каталогов, картотек и электронных баз данных); - список услуг, публикации библиотеки, новости библиотечной жизни, перечень ссылок на ресурсы Интернет; - ежемесячные списки новых поступлений; - сведения о массовых мероприятиях библиотеки (клубы, выставки, встречи с писателями); - общая информация о регионе.
5. Оперативность обновления информации	Обязательная информация обновляется в течение 10 рабочих дней со дня получения или внесения соответствующих изменений. Новостная информация (анонсы, новости библиотек, ссылки на новостные блоки различных социальных структур (города, региона) и т.д.) требует постоянного обновления.
6. Доступность для пользователей	Доступен для всех пользователей, независимо от их физических ограничений или используемых технологий, включая навигацию, содержание и элементы интерактивности.
7. Единство дизайна всех разделов	Привлекательный дизайн
8. Наличие англоязычной версии сайта и версии для слабовидящих	Версия для слабовидящих - обязательный функционал.

ТРИ КИТА, НА КОТОРЫХ ДЕРЖИТСЯ УСПЕХ САЙТА

• **Содержание сайта:** главенствующие позиции должны занимать те материалы, которые характеризуют работу только вашей организации, т. е. специфические, подчеркивающие значимость и, в какой-то мере, уникальность вашей деятельности (услуги, анонсы, новости и т.д.).

• **Структура сайта** - это способ компоновки, расположения и подачи информации, который позволяет за короткое время максимально подробно рассказать о предоставляемых услугах. Структуру сайта можно разделить на внешнюю и внутреннюю.

Внешняя структура – это расположение основных значимых элементов на каждой странице. Необходимо решить, где и как будут располагаться баннеры, счетчик, меню, поиск, основное содержание, анонсы о новых разделах сайта, обновлениях и т.д.

Внутренняя структура сайта - это упорядоченное размещение страниц сайта относительно главной страницы. Внутренняя структура сайта зависит от того, какую информацию вы будете размещать, какие у вас есть материалы, какие у вас будут на сайте разделы, подразделы. Вам предстоит продумать древо сайта.

Пример:

/ Главная страница
- / Информация о библиотеке
  - ! Структура
  - ! Контакты
  - ! Правила
  - ! Схема проезда
  - ! Филиалы
- / Новостные материалы
  - ! Новости
  - ! Анонсы
- / Ресурсы
  - ! Фонды
  - ! ЭК
  - ! Полезные ссылки

• **Навигация**- совокупность всех кнопок, ссылок и строк меню, с чьей помощью пользователь перемещается с одной страницы сайта на другую и обратно, а также переходит на страницу других сайтов.

Полезный совет:

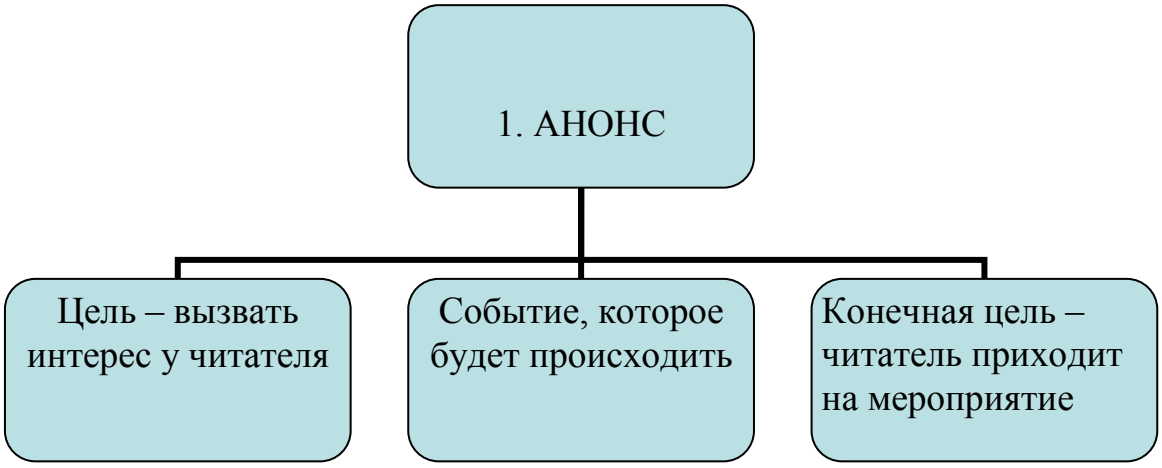
- Лучше всего, если вы нарисуете схему сайта на бумаге, тогда вам будут наглядно видны все рубрики и подрубрики сайта. Даже если у вас уже создан сайт, прорисовка его структуры покажет вам, где произошло скопление большого количества материала. Или обнаружится целый раздел, нужный и важный для посетителей, но настолько глубоко спрятанный, практически потерянный для посетителей;
- При разработке внешней и внутренней структуры главная задача - сделать так, чтобы посетителю было легко ориентироваться на вашем сайте, чтобы важная и нужная информация легко находилась;
- Простая и удобная навигация – это забота о пользователе, которую он оценит;
- При решении, попадет ли раздел на главную страницу, необходимо учитывать правило «семь плюс – минус два» («кошелек Миллера») – закономерность обнаруженная американским ученым – психологом Джорджем Миллером, согласно которой кратковременная человеческая память, как правило, не может запомнить и повторить более 7 ± 2 элементов. Это значит, что на главной странице сайта должно быть представлено 7± 2 рубрик, чтобы пользователь не запутался.

ВИДЫ НОВОСТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

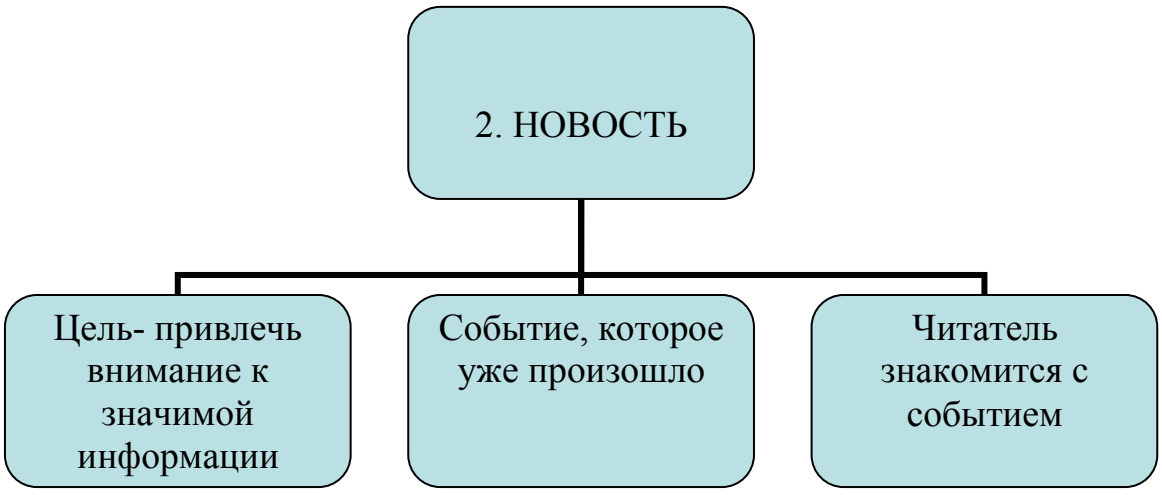
Сайт - место доступа к информационной среде библиотеки, где размещается информация о тех продуктах и услугах, которые библиотека предлагает своим пользователям.

Новостная информация может включать в себя:

- новости библиотеки
- анонсы
- ссылки на новостные блоки различных социальных структур (города, региона) и т.д.



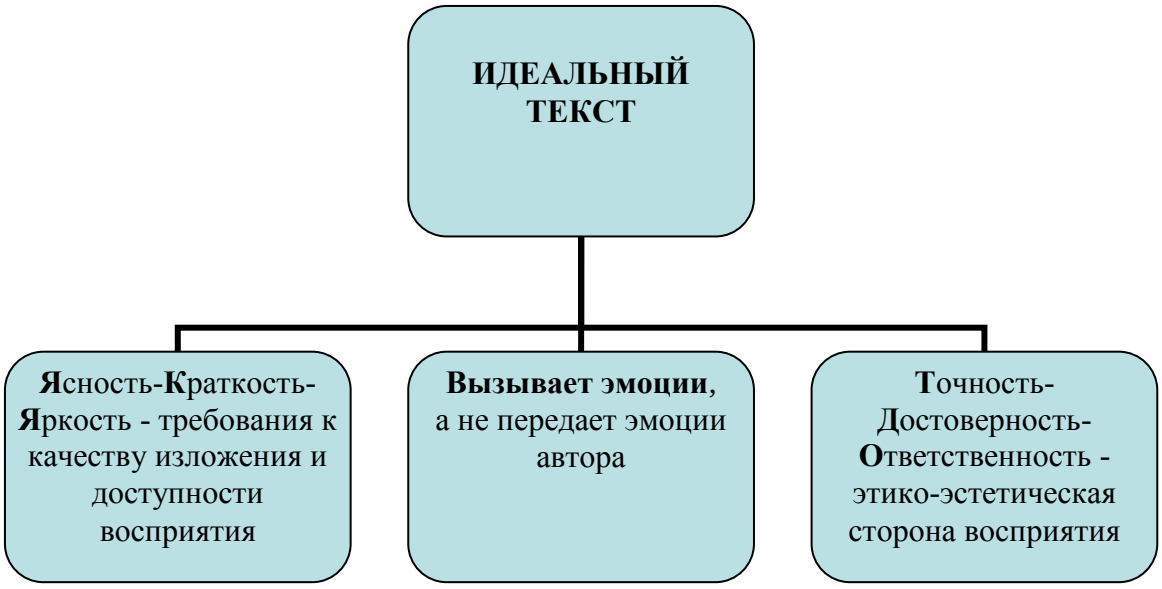
Поводом для публикации на библиотечном сайте может быть не только событие. Любая информация, касающаяся книг и чтения может стать публикацией.



Полезный совет:

- Имеет смысл раздел с новостями поместить на первый план сайта. Это подчеркнет, во – первых, что вы активно развиваетесь, во – вторых, вашу заботу о пользователях. Очень удачно, по мнению специалистов, представлены «Новости» у РГБ;
- Информация о различных социальных службах по вопросам детства и материнства (с адресами и телефонами) – очень полезный ресурс для библиотечных веб-сайтов;
- Помните! Новостная информация требует **постоянного** обновления!

КАК ПИСАТЬ ТЕКСТЫ ДЛЯ САЙТА БИБЛИОТЕК



Полезный совет:

- Помните формулу написания «жестких» новостей:

- **Что** произошло?
- **Где** произошло?
- **Когда** это произошло?
- **Кто** стал участником этого события?
- **Как** это происходило?
- **Почему** это произошло?
- **Что** означает данное событие?

Если найдете ответы на все эти вопросы, значит, вы написали новость.

Организация текста:

• У новости должен быть **Заголовок** – информативный, содержательный, привлекательный, интригующий, подталкивающий к чтению. Ответьте на три вопроса: Вам хочется узнать подробности после прочтения заголовка? Вам он нравится? Вам не стыдно сдавать текст с таким заголовком?

• **У** новости должен быть **Лид** – (от англ. Lead- вести, побуждать, руководить, быть первым, возглавлять) Лид – это вводная часть, первый абзац, **в котором коротко (2-3 предложения, в каждом предложении 11-15 слов) изложена главная мысль сообщения.**

Наиболее простой и действенный способ правильно составить Лид – выдержать последовательность «ЧТО, ГДЕ, КОГДА И ПОЧЕМУ» происходит;

• **Аннотации - резюме**. Пользователям нравятся аннотации, расположенные в начале статей, кратко передающие смысл всего последующего текста, своеобразное резюме, позволяющее составить представление о теме и ключевых моментах сообщения.

• **Ссылки** – делают Интернет Интернетом, поэтому располагаясь в тексте они должны быть выделены и, главное, кликательны, чтобы по ним действительно можно было перейти на новый материал.

Полезный совет:

- В тексте должны быть:

- **Небольшие абзацы**, отделенные пустой строкой. В каждом абзаце по 4 – 5 строк.
- **Короткие предложения**. Критерий размера прост. Длинное предложение не умещается на одну строку в текстовом редакторе. Особое внимание обращайте на предложения с перечислением, предложения с причастным и деепричастным оборотом.
- **Подзаголовки**. Отделите каждые 2 -3 абзаца подзаголовками. Таким образом вы разбиваете текст на смысловые части, дополнительно упрощая чтение.
- **Изображения.**
- **Текстовые врезки.** Оформление цитат.
- **Выделение основных мыслей и идей** другим шрифтом или цветом. Не используйте подчеркивание – это ассоциируется со ссылкой.
- **Выравнивание текста.** Не используйте выравнивание по ширине, несмотря на то, что оно создает иллюзию ровных боков текста, неравномерные пробелы между словами приводят к ухудшению восприятия**.**
- **Визуальные маркеры** (списки).

Компоновка статьи

Лид – Резюме Яркая зацепка, постановка вопроса, определение темы статьи.	Очень важно и очень интересно
Ключевые абзацы В них сообщаются наиболее важные подробности события.	Важно и интересно
Абзац – предыстория или абзац – связка: связывают вопрос или факт с тем, что происходило ранее	Уже известно
Дополнительная информация о теме статьи	Скучно
Дополнительная информация О предыстории или дальнейших перспективах развития событий	Утомительно

Компоновка статьи. Принцип пирамиды

Традиционный способ изложения материала похож на пирамиду. Суть пирамиды в том, что самая свежая, самая важная информация расположена «вверху», затем следуют менее значительные и интересные факты. Такая структура, как правило, наиболее удобна для читателя. Он быстро схватывает главное, может прервать чтение в любом месте, не упустив ключевых пунктов. Внутри пирамиды поток информации может принимать множество форм. Оптимальной, пожалуй, будет следующая.

Статья, построенная таким образом, предполагает, что самая важная информация расположена в начале материала, и чем дальше к концу, тем менее значимо то, что написано. Такая структура имеет ряд преимуществ. Во – первых, когда бы читатель ни бросил чтение, он всегда уже прочел самую важную информацию. Все, что следует далее, Менее важно, чем то, что уже было изложено. Во – вторых, она помогает писать. Достаточно распределить информацию по значимости, как статья уже готова.

Полезный совет:

- Информацию по компоновке статьи можно прочитать в статье http://lektsii.net/1-77416.html

ПИШЕМ НОВОСТИ, КОТОРЫЕ ЧИТАТЬ ИНТЕРЕСНО И ПРОСТО

Написание статей – это самый лучший способ сделать сайт интересным для пользователя. Ведь в Интернете мы ищем прежде всего информацию. При помощи написания статей можно превратить свой сайт в кладезь полезных сведений, а это позволит привлечь новых посетителей. Если удастся заинтересовать посетителей сайта, у них появится стимул просматривать больше страниц, проводить больше времени на вашем ресурсе и в итоге увеличится число посетителей, книговыдач.

Стиль изложения текста
– ИНФОРМАЦИОННЫЙ –
(см. Приложение №2).

Именно такой стиль позволяет пользователю как можно быстрее ухватить суть излагаемого, определить ключевые места в тексте, выделить основные факты и поэтому именно он наилучшим образом отвечает специфике восприятия текстов в сети.

Информационный стиль – это не совсем стиль. Это прием редактирования, которые помогают очистить текст от мусора, наполнить его полезной информацией и сделать читаемым. Текст в информационном стиле **лаконичный** – то есть выраженный без лишних слов, эмоций, личного мнения. После удаления лишних слов текст наполняется полезной информацией и становится **интересным.**

Чтобы текст стал **честным,** однозначным и объективным удаляем необъективные оценки, бахвальство и самолюбование. Вместо них – факты. Тексты читаются легко и быстро!

А **уникальность вашего стиля** могут подчеркнуть нетрадиционные, свойственные только вашей библиотеке авторские находки, где можно отразить и библиотечный фольклор, и конкурсы среди читателей, и библиотечные праздники, и наиболее удачные книжные и другие выставки, а также информацию об интересных сотрудниках, каких в библиотеках, разумеется, большинство.

Полезный совет:

- Оптимальная длина текста – пока читателю интересно!
- Пристальное внимание уделяйте грамотности текстов. Неграмотный текст придает информации недостоверный вид!
- Используйте сайты и сервисы, помогающие проанализировать текст:

Text.ru – помогает проверить статью на уникальность, сделает SEO анализ, выявит орфографические ошибки, посчитает символы, слова, водность статьи;

Главред – помогает очистить текст от словесного мусора (слова – паразиты, стоп – слова, сомнительные формулировки и т. д.), проверяет на соответствие информационному стилю;

Test-the-Text – проверка качества текста в информационном стиле. Как и в Главреде, здесь сомнительные слова подсвечиваются определенным цветом и наглядно видно спам текста. Нажимаешь на слово и получаешь подсказку и дальнейшие указания по улучшению.

- Если Вы действительно хотите научиться писать и понять основные правила написания статей для сайта, то учитесь у профессионалов, занимайтесь самообразованием. Читая рассылки, новости, публикации, отмечайте для себя, какие из них произвели на вас наибольшее впечатление. За счет чего так получилась? Вы все поймете. Практикуйтесь, пишите, перечитывайте и еще раз переписывайте. Только так!

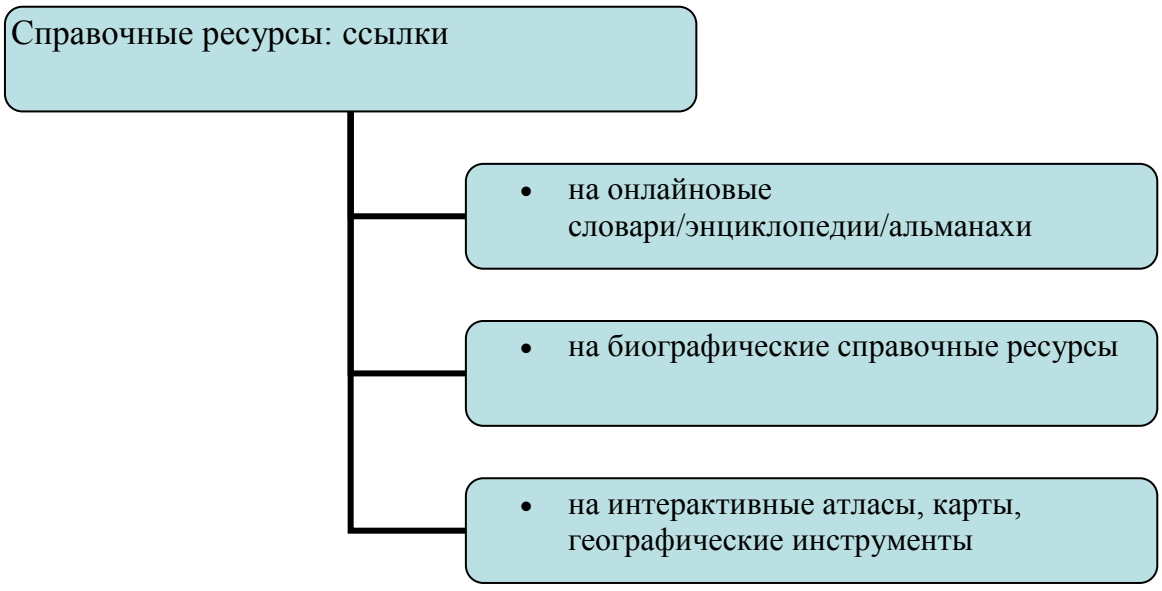
ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ПОИСКА

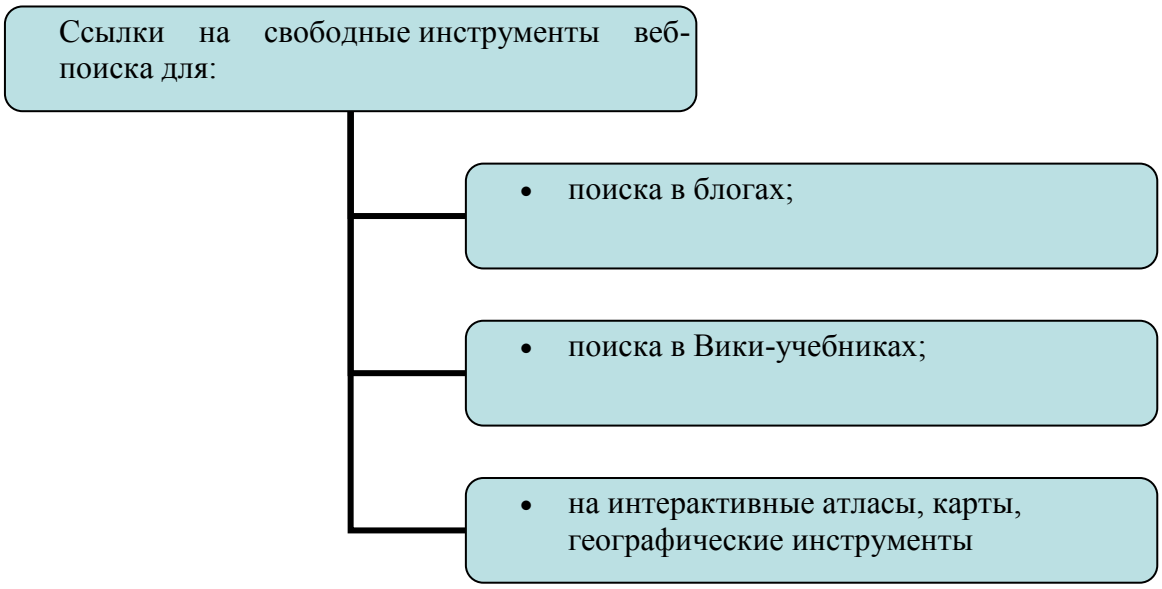
• В первую очередь, конечно же, **электронный каталог** – святая святых любой библиотеки. Следует стремиться к тому, чтобы он полностью отражал состав фонда, и к нему на сайте был организован доступ. На сайте должна быть представлена подробная **информация о Правилах ведения поиска в каталоге.** Минимальный набор полей для поиска должен включать **поиск по автору, названию, а также ключевому слову и/ или предметной рубрике.**

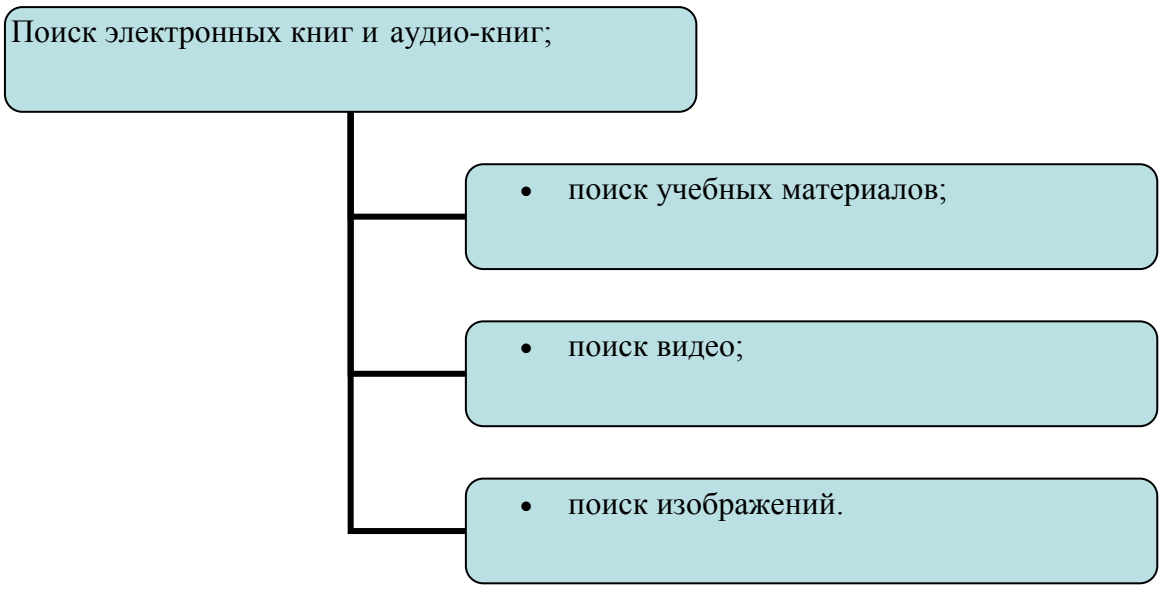
• **Виртуальная справочная служба** (или «Спроси библиотекаря») – сервис, широко распространенный в библиотеках развитых стран – особенно востребован школьниками и студентами. В рекомендациях ИФЛА по библиотечному обслуживанию подростков и молодежи среди рекомендуемых форм обслуживания отмечена «организация справочной службы (включая помощь в выполнении домашних заданий)». Виртуальная справочная служба выполняет две функции: помогает найти необходимые источники для самостоятельной работы, а также незаметно обучает пользователей правилам ведения библиографического поиска и оценивания качества обнаруженной информации.

Большая часть запросов, поступающих в справочную службу, связана с учебным процессом – подготовкой рефератов, докладов и т.д. Не секрет, что многие пользователи, обращаясь в справочную службу, хотят получить уже готовые работы. Профессионалы не советуют этого делать: во-первых, информация, содержащаяся в подобного рода сочинениях, рефератах может оказаться весьма сомнительного качества; во-вторых, дети отучаются от самостоятельной работы с источниками. Ссылаться следует либо на печатные источники, либо на Интернет-ресурсы, заслуживающие доверия.

- ссылки на сетевые каталоги открытого доступа других библиотек;
- ссылки на ресурсы других школ, библиотек, университетов;
- заказ литературы читателями библиотеки через межбиблиотечный абонемент, в режиме он-лайн, или посредством электронной почты.
- А также:







Полезный совет:

- Стоит прописать «Правила работы виртуальной службы». В них следует четко обозначить круг вопросов, на которые отвечают (не отвечают) библиографы, время работы службы, сроки выполнения запросов, штрафные санкции за нарушение условий справочной службы.
- Недопустимо оставлять запросы без ответов; даже если не удалось найти необходимую информацию, следует сообщить об этом автору запроса.
- Во избежание повторных (одинаковых) запросов профессионалы советуют вести базу данных выполненных запросов с возможностью удаленного поиска в ней; справочное обслуживание по электронной почте – менее предпочтительная форма обслуживания

ВСЕ О ДИЗАЙНЕ САЙТА

Стиль, дизайн библиотечного сайта... Думая непосредственно о них, нужно четко понимать, что пользователя, прежде всего, интересует информационное наполнение, а не графические изыски в оформлении сайта. При этом стоит учесть и тот факт, что только правильно подобранные элементы интерактивности помогут пользователю в полном объеме получить доступ к нужной ему информации.

Сайт должен восприниматься пользователем как единый инженерно – художественный комплекс, поэтому необходимо выдержать весь проект в одном дизайнерском стиле.

Сайт должен восприниматься как цельный ресурс – по оформлению цветом, шрифтами, по навигации. Исключение могут составлять отдельные проекты, расположенные на сайте, но и они должны гармонировать с общей концепцией дизайна сайта.

Полезный совет:

- Используйте на одной странице не более трех различных шрифтов, включая шрифты, применяемые при создании графических элементов;
- Цвета сайта и его логотип должны соответствовать друг другу, находясь в одной цветовой гамме;
- Профессионалы - дизайнеры советуют не увлекаться обилием цветов на странице, используя максимум три цвета, иначе информация воспринимается плохо;
- Используйте для текста и фона контрастные цвета: синий на белом, черный на желтом, зеленый на белом и т.д. Перечень цветовых сочетаний рисованного объекта или текста с фоном в порядке ухудшения зрительного восприятия:
  - синее на белом;
  - черное на желтом;
  - зеленое на белом;
  - черное на белом;
  - зеленое на красном;
  - красное на желтом;
  - красное на белом;
  - оранжевое на черном;
  - черное на пурпурном;
  - оранжевое на белом;
  - красное на зеленом
- Любой фоновый рисунок затрудняет восприятие текста, поэтому лучше его избегать, или сделать минимально контрастным, в одной цветовой гамме;
- Текст, набранный заглавными и строчными буквами, воспринимается легче, чем литерами одинакового размера. Особо следует избегать больших объемов текста, набранных в ВЕРХНЕМ РЕГИСТРЕ КЛАВИАТУРЫ;
- Выравнивать текст лучше по левому краю, за исключением тех случаев, когда это является творческой задачей (к примеру, фигурные стихи);
- Не представляйте тексты большого объема единым блоком, «кирпичом» - отделяйте абзацы пустым пространством. Да и вообще, по возможности, лучше минимизировать размер страницы – до полутора экранов. Если текст велик, и его невозможно представить иначе как единым блоком, размещайте кнопки возврата внизу текста, чтобы читателю не пришлось возвращаться к началу страницы;

- Графика (фотографии, рисунки), безусловно, украшает сайт. Однако, она делает его весьма «весомым» для загрузки. Помните, что среднестатистический пользователь готов ждать загрузки страницы не более 15 секунд. Поэтому, размещая на своих страницах
- картинки, представляйте их в уменьшенном размере, давая возможность составить предварительное впечатление о работе. Для полноэкранного просмотра используйте гиперссылку, желательно с указанием размера загружаемого файла;
- Не перегружайте сайт анимацией – это лишь на первый взгляд она кажется привлекательной; очень скоро она начнет раздражать не только ваших пользователей, но и вас самих;
- Помните, что некоторые пользователи могут отключать в своих браузерах вывод на экран графики, поэтому снабжайте графику поясняющими надписями;
- Для удобства навигации любая страница сайта должна включать навигационные элементы, охватывающие все разделы сайта. Эти элементы должны всегда находиться в области видимости (или дублироваться). Постарайтесь сделать навигацию по сайту наиболее прозрачной и комфортной для пользователя, чтобы ему не пришлось делать лишние шаги для путешествия по страницам сайта. Навигационное меню лучше располагать с левой стороны экрана, поскольку чтение происходит слева направо. Желательно сохранение строки истории путешествия по страницам сайта, чтобы, при необходимости, пользователю проще было вернуться к уже посещенной странице.
- Не забудьте создать **карту сайта** – это делает навигацию по его страницам очень прозрачной.
- Сервис **контекстного поиска** по содержимому сайта существенно облегчает работу пользователя.
- Если при создании сайта используются обычные html-редакторы, то к ним можно подсоединить готовые сервисы Интернета – **блоги, вики-движки, форумы** и т.п., которые будут объединены общей логикой (целью) существования сайта библиотеки. И тогда ваш сайт станет более интерактивным ресурсом для пользователей.

ЭФФЕКТИВНЫЙ САЙТ КАК СРЕДСТВО ПОДДЕРЖАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИМИДЖА БИБЛИОТЕКИ

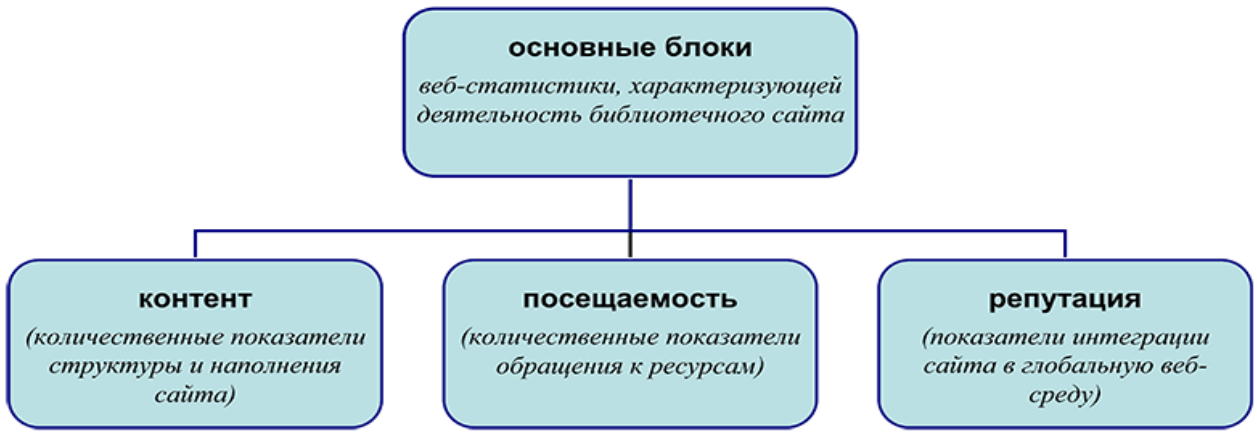
В качестве базовых можно предложить три критерия оценки сайтов: информативность, открытость, интерактивность.

Критерии оценки сайтов	**Какая информация должна быть представлена на сайте**	**Как повысить эффективность**
Информативность: меньше слов, больше смысла.	• общая информация о сайте/портале; • новостная информация; • нормативные документы; • справочники и базы данных; • информация о конкурсах и тендерах; • карты сайта; • англоязычная версия сайта; • версия для слабовидящих.	**Сократить:** **1. фразы с отглагольными существительными** (Приложение №2), канцелярские наименования**;** **2. усиления и повторы (**обобщенные определения и наречия абсолютный, безусловный, в целом, всякий, весьма, общий, около, разнообразный и т.д.); **3. спорные и очевидные определения и обстоятельства (**очевидные сущности, местоимения вы, мы, посетитель, документ, сайт, страница, информация, меню, ссылка, здесь, тут) **4. клише, разговорные междометия, лишние союзы и мусорные фразы**, особенно использованные неверно (клише и канцеляризмы: а также, в лучших традициях, как говорится, осуществлять, оказывать, принимать; паразиты времени: в настоящий момент, в настоящее время, сейчас, нынче, на сегодняшний день); **5. модальность** (должно, можно, нужно, необходимо, не стоит, стоит) и местоимения;

Открытость	• раздел об организационной структуре; • информация о сотрудниках; • контактная информация о руководителях; • контактная информация; • аналитические и статистические материалы.	Наиболее удачным является размещение этой информации на страничке - визитке
Интерактивность	Одно из самых существенных отличий Интернет – ресурсов от других способов подачи информации. Интерактивность позволяет не только довести до посетителя какую – либо информацию, но и узнать реакцию на материалы сайта, организовать диалог. Посетитель сайта чувствует себя полноправным участником процесса формирования информационного материала. Его мнение не только услышано, но и представлено широкой Интернет – общественности.	**На сайте должны быть представлены:** • поисковая система • раздел «часто задаваемые вопросы» (FAQ) • тематический форум • голосование и анкетирование онлайн • отправка сообщения с сайта • подписка на рассылку обновлений сайта (RSS) • регистрация и получение расширенных сервисов онлайн

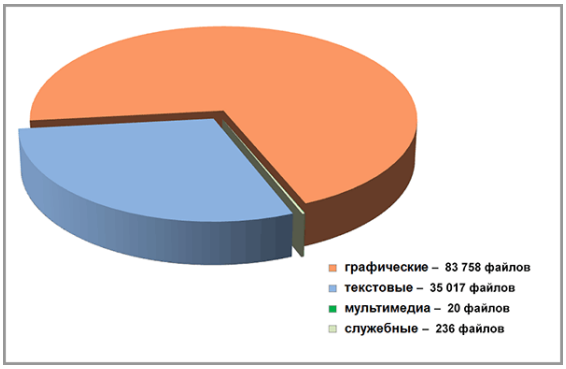
КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИБЛИОТЕЧНОГО САЙТА

Ключевые показатели (KPI) библиотечного сайта должны прослеживаться по каждому из блоков:



• Об информационном наполнении сайта свидетельствуют его структура и общее количество документов, «потребляемых» посетителями сайта (текстовых файлов в форматах html, pdf, doc, rtf и др.), графических и мультимедиа-файлов (звук, видео), также являющихся элементами контента.

Одним из ключевых индикаторов контента, подчеркивающим индивидуальную специфику сайтов, является соотношение текстовой и графической информации, что особенно важно для тех библиотечных сайтов, которые представляют книги и журналы в графических форматах (tiff, jpg и др.):



• Ключевыми метриками использования ресурсов являются показатели количества уникальных посетителей, количества обращений и просмотров страниц.

В связи с нарастающей сложностью сбора и анализа веб-статистики представляется необходимым сосредоточиться на главных трендах развития. Ключевыми показателями здесь являются метрики уникальных посетителей и обращений, причем об уровне «раскрутки» ресурсов в сети свидетельствуют увеличение количества «входящих» обращений и «коэффициентов обращений» к каждой странице.

• об уровне интеграции библиотечного сайта в глобальную веб-среду свидетельствуют показатели его «видимости» в популярных каталогах, рейтингах, «поисковиках», новостных и тематических ресурсах - другими словами, количество внешних ссылок на сайт в индексах и базах данных наиболее авторитетных систем, таких как «Яндекс», «Википедия», Google Scholar и некоторых других. Здесь следует отметить, что одним из важных показателей значимости библиотечного ресурса является количество архивированных с него страниц в веб-архивах. Как правило, эти архивы аккумулируют информацию уже включенную (в виде ссылок) в «Википедию» и другие популярные ресурсы.

Таким образом, опираясь на веб-анализ ключевых показателей статистики библиотечного сайта, можно определять его эффективность, поддерживать прогрессивные тенденции в формировании структуры, навигации и контента, вовремя устранять негативные проявления, фиксировать изменения веб-аудитории пользователей, обеспечивая поступательное развитие ресурсов.

WEB – ПРОМОУШЕН или РАССКАЖИТЕ МИРУ О СЕБЕ

• Создавая web-сайт, нужно помнить, что под лежачий камень вода не потечет, поэтому очень важно сегодня заявить о своем существовании. Для этого существуют традиционные и электронные средства рекламы.

• *Электронные* средства рекламы можно условно разделить на прямые и косвенные. К прямым относятся: регистрацию сайта в наиболее известных поисковых системах в соответствующих разделах и ссылки на ваш сайт с других сайтов вашей категории. А в качестве косвенных электронных средств рекламы могут выступать динамические изменения на вашем сайте (свежие новости, конкурсы и т.д.), а также специальные приглашения партнерам навестить ваш сайт.

• *Традиционные* средства рекламы предполагают наличие адреса вашего сайта на визитках, бланках, конвертах, титульных листах - словом, на всем, так называемом, рекламном пакете.

• Поисковые роботы периодически сканируют веб-сайты и индексируют информацию, находящуюся в них. Существенную помощь в этом оказывает **метаинформация,** которую рекомендуют заполнять на страницу/сайт в целом. Для поисковых серверов в первую очередь значимыми являются фразы «Заголовок документа» (Title), мета тэги «Ключевые слова» (Keywords) и «Описание» (Description). Чем точнее будет озаглавлен документ, чем подробнее описан ключевыми словами (через запятую) для определения тематики, чем более сжато и исчерпывающе будет определен документ в аннотации (описании), тем выше по рейтингу он окажется в результатах поиска соответствующей тематики. Помимо метаданных в html-документах, можно также использовать описание документа в Dublin Core Metadata Initiative (Инициатива Дублинского ядра метаданных). Подробнее о ней смотрите http://ru.wikipedia.org/wiki/Дублинское_ядро.

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

Активные методы продвижения	Пассивные методы продвижения
Рассылка частных электронных писем	Регистрация сайта на поисковых серверах
Размещение рекламных объявлений в СМИ (печатных, электронных)	Регистрация сайта в каталогах
Размещение информации о сайте на досках объявлений, в блогах, форумах	Размещение ссылок на чужих сайтах
	Метод "самораскрутки"

Полезный совет:

- Полезной является **регистрация сайта** в разнообразных списках и наиболее значимых **каталогах** (Google, Yandex, Rambler, Mail и т.д.).
- Не забудьте также упомянуть адрес сайта в различных **рекламных объявлениях,** как в библиотеке, так и за ее пределами.
- **Счетчик посещений** популярных рейтинговых каталогов также может создать рекламу сайту и добавить количество посещений.

Список использованной литературы:

1. Гармс Е. С., Охезина Е. А. Web-сайт как средство формирования имиджа библиотеки / Е. С. Гармс, Е. А. Охезина // Университетская библиотека: выбор пути: Материалы Четвертой Всерос. науч.-практ. конф. - Екатеринбург, 2002. - С. 20-24.
2. Мигунова Е. Проверяем сайт на соответствие требованиям закона //Справ. рук. учреждения культуры.- 2016.- № 7. – С.89 – 94.
3. Моргенштерн И.Г. Сайт: каков стимул ведения? //Инфобиблио: еженед.- 2005.- № 15.
4. Потехина Ю. В. Управление официальным сайтом библиотеки как предмет научных исследований: постановка проблемы // Библиосфера.- 2011.- № 4.- С.85 – 89.

Интернет – ресурсы:

1. Главред [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://glvrd.ru/ .- Дата обращения: 27.12.2016. - Загл. с экрана.
2. Канн С.К. Ключевые показатели эффективности библиотечного сайта [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://prometeus.nsc.ru/works/kpi.ssi.- Дата обращения: 28.12.2016.
3. Компановка статьи [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://lektsii.net/1-77416.html.- Дата обращения: 27.12.2016.- Загл. с экрана.
4. Ладошкина А.В. Эффективный сайт некоммерческой организации. Как сделать текст удобным для чтения. [Электронный ресурс].-Режим доступа: https://te-st.ru/2013/09/16/long-text-on-site/. - Дата обращения: 27.12.2016.- Загл. с экрана.
5. Овчинникова Н.В. Содержание и структура библиотечного сайта (презентация).- Владимир, 2016. [Электронный ресурс].- Режим доступа http://biss.lib33.ru/index.php/uchebnye-prezentatsii/item/1592-soderzhanie-i-struktura-bibliotechnogo-sajta-prezentatsiya .- Дата обращения: 27.12.2016.
6. Особенности составления и подачи информационных материалов на сайт библиотеки: методические рекомендации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kmslib.ru/osnovy-zhurnalistskogo-masterstva.- Дата обращения: 27.12.2016.- Загл. с экрана.
7. Особенности формирования и ведения контента сайта библиотеки : методические рекомендации для муниципальных библиотек Алтайского края / Алт. краев. универс. науч. б-ка им. В. Я. Шишкова; сост. Е. М. Терентьева. – Барнаул, 2014. – 40 с. [Электронный документ].- Режим доступа: http://akunb.altlib.ru/files/electr/0005.pdf.- Дата обращения: 27.12.2016.
8. Принципы качества веб-сайтов по культуре :Рук. под ред. Пятой рабочей группы проекта Minerva «Определение потребностей пользователей, содержания и критериев качества веб – сайтов по культуре».- М., 2006.-62 с. [Электронный документ].- Режим доступа: http://www.ifapcom.ru/files/principles_of_quality_1.pdf. - Дата обращения: 05.12.16.
9. Редькина Н.С. Эффективность библиотечных сайтов// Науч. и тех. б – ки .- 2010.- №9.- С.56 – 66.URL
10. Руководство - Рекомендации по созданию сайта библиотеки [Электронный ресурс]. - Режим доступа:http://nashaucheba.ru/v24848/. -Дата обращения: 27.12.2016.- Загл. с экрана.

Приложение №1

Обязательная информация для сайта учреждения культуры

Приложение
к приказу Министерства культуры РФ
от 20 февраля 2015 г. N 277

Требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и организаций культуры в сети "Интернет"

(Извлечение):

8.1. Общая информация об организациях культуры, включая филиалы (при их наличии):
полное и сокращенное наименование, место нахождения, почтовый адрес, схема проезда;
дата создания организации культуры, сведения об учредителе (учредителях);
учредительные документы (копия устава, свидетельство о государственной регистрации, решение учредителя о создании и о назначении руководителя организации культуры, положения о филиалах и представительствах);
структура организации культуры, режим, график работы, контактные телефоны, адреса электронной почты;
фамилии, имена, отчества, должности руководящего состава организации культуры, её структурных подразделений и филиалов (при их наличии).
8.2. Информация о деятельности организации культуры, включая филиалы (при их наличии):
сведения о видах предоставляемых услуг;
копии нормативных правовых актов, устанавливающих цены (тарифы) на услуги либо порядок их установления, перечень оказываемых платных услуг, цены (тарифы) на услуги;
копия плана финансово-хозяйственной деятельности организации культуры, утвержденного в установленном законодательством Российской Федерации порядке, или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг);
информация о материально-техническом обеспечении предоставления услуг организацией культуры;
копии лицензий на осуществление деятельности, подлежащей лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации;
информация о планируемых мероприятиях;
информация о выполнении государственного (муниципального) задания, отчет о результатах деятельности учреждения.
8.3. Иная информация:
информация, размещение и опубликование которой являются обязательными в соответствии с законодательством Российской Федерации;
информация, которая размещается и опубликовывается по решению учредителя организации культуры;
информация, которая размещается и опубликовывается по решению организации культуры;
результаты независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры, а также предложения об улучшении качества их деятельности;
план по улучшению качества работы организации.

Приложение №2

Информационный стиль

Отсутствие стоп – слов.

Их разновидности:

- Междометия: ах, ух, ну, уж, ой;
- Местоимения: я, мы, мой, вы, ваш;
- Вводные инструкции: скажем, допустим, например, в общем, на самом деле;
- Обобщения и неточные определения: всего, примерно, около, где-то, порядка;
- Усилители: очень, максимально, абсолютно, предельно, сильно, наиболее, самый;
- Оценочные определения и наречия: красивый, дорогой, уютный, роскошный, активный;
- Газетные штампы: пески времени, в лучших традициях, царила атмосфера, ударными темпами;
- Бытовые штампы: шаг за шагом, мало – помалу, так или иначе, сплошь и рядом, направо и налево;
- Корпоративные и рекламные штампы: завоевать доверие пользователей, решать задачи бизнеса, расширить географию продаж;
- Паразиты времени: в настоящее время, в наши дни, в современной России;
- Фразы с отглагольными существительными: осуществлять деятельность, производить ремонт, оказывать услуги по ремонту;
- Модальность: можете авторизоваться, должны завершить заказ, нужно пройти процедуру;
- Лишнее сослагательное наклонение: мне бы хотелось поговорить, было бы здорово созвониться;
- Очевидные сущности: данный сайт, этот документ, меню ниже, на этой странице, форма внизу страницы, нажмите на кнопку, кликните здесь;
- Неопределенное: что-то, какой-то, где-то, как – то, зачем – то;

Информационный стиль

Отглагольных существительных

(Отглагольное существительное – это глагол без действия)

Нет	**Да**
Занимаемся строительством частных домов	Строим частные дома
Наша работа - обеспечение безопасности промышленных объектов	Обороняем заводы и склады
Проводим обучение нового персонала и оказываем услуги по тестированию знаний и навыков текущих сотрудников	Тестируем текущих сотрудников и обучаем новых

Содержание

От составителя …….3
Сделаем сайт по требованиям Закона ……4-5
Десять принципов качества ……6
Качественный сайт: содержание и структура ……....7
Три кита, на которых держится успех сайта ……..8
Виды новостных материалов ……...9
Как писать тексты для сайта библиотек ……..10-11
Компановка статьи ……..11
Пишем новости, которые читать интересно и просто ……12
Инструменты для ведения поиска ……13-14
Все о дизайне сайта ……15-16
Эффективный сайт как средство поддержания благоприятного имиджа библиотеки 17-18
Ключевые показатели эффективности библиотечного сайта ……18-19
WEB – промоушен или Расскажите миру о себе ……...20
Список использованной литературы ……...21
Приложение №1 Обязательная информация для сайта учреждения культуры (Приложение к приказу Министерства культуры РФ от 20 февраля 2015 г. N 277 Требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов государствен - ной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и организаций культуры в сети "Интернет" ……22
Приложение №2 Информационный стиль ……23