

**Рецензия**  
**на методические указания**  
**по методике создания Web-сайта библиотеки**  
**специальность 51.02.03 «Библиотекведение»**  
**автор – Найденко Дарья Владимировна, преподаватель**  
**ГБОУ СПО РО «Ростовский колледж культуры»**

Методические указания составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта специальности 51.02.03 «Библиотекведение».

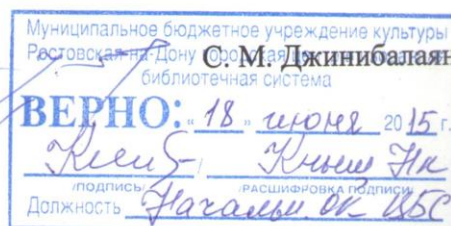
Библиотечный сайт – необходимость нашего времени. Сегодня создать свой сайт означает для библиотеки реализовать одну из задач автоматизации – объединить традиционное книжное содержание библиотечной деятельности и высокую степень владения современными программными средствами, телекоммуникационными технологиями. Таким путем библиотеки находят свое место в культурной, информационной и образовательной сфере интересов подрастающего поколения и взрослых.

Данные методические указания помогут студентам научиться создавать образ библиотеки как гостеприимного и богатого ресурсного центра.

Достоинством работы можно считать то, что в завершении изучения темы «Web-сайты библиотек» студентам предложено выполнить в межсессионный период работу, заключающуюся в анализе и сравнении двух web-сайтов одинаковых по уровню библиотек. Также положительной чертой работы можно считать ее возможное применение в библиотеках различных видов и типов.

В работе учтены все требования, предъявляемые к учебно-методическим указаниям. Считаю возможным использовать данную работу в образовательном процессе.

Рецензент:  
директор МБУК Ростовская-на-Дону  
городская ЦБС



**Рецензия**  
**на методические указания**  
**по методике создания Web-сайта библиотеки**  
**специальность 51.02.03 «Библиотекведение»**  
**автор – Найденко Дарья Владимировна, преподаватель**  
**ГБОУ СПО РО «Ростовский колледж культуры»**

Рецензируемая работа отвечает требованиям Федерального государственного образовательного стандарта специальности 51.02.03 «Библиотекведение».

Сайт - это место во всемирной сети (Интернет), который имеет свой адрес, собственного хозяина и состоит из отдельных web-страниц, которые мы видим как одно целое.

В разработке сайтов принимает участие большое количество людей - программисты, web -дизайнеры и др.

В наше время сайт может являться визитной карточкой любого предприятия, фирмы, в том числе и библиотеки.

Методические рекомендации несут в себе большой пласт информации не только теоретического, но и практического характера. Работа позволяет качественно провести занятие по теме «Web-сайт библиотеки».

К достоинству работы можно отнести обработку большого количества теоретического материала по теме, а также наличие самостоятельной работы, которую необходимо выполнить студентам.

Данные методические указания могут использовать студенты очной и заочной форм обучения при изучении темы «Web-сайт библиотеки».

Содержание, структура и оформление соответствует требованиям, которые предъявляются к рекомендациям такого типа. Все вышеизложенное говорит о том, что данную работу целесообразно использовать в образовательном процессе.

Рецензент:

Зам. директора по методической работе

А. В. Айдинян



Государственное бюджетное образовательное учреждение  
среднего профессионального образования Ростовской области  
«Ростовский колледж культуры»

Найденко Д.В.

## **МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ WEB-САЙТА БИБЛИОТЕКИ**

Методические указания  
по изучению курса  
«Менеджмент библиотечного дела»

Ростов-на-Дону  
2015



## ОГЛАВЛЕНИЕ

Пояснительная записка .....	6
1. Начало работы по созданию сайта .....	8
2. Создание сайта.....	11
3. Структура сайта .....	13
4. Дизайн и навигация .....	17
5. Реклама и продвижение сайта.....	21
6. Критерии оценки сайтов .....	23
Заключение.....	26
Список использованных источников .....	27
Приложение 1 .....	29

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Сайт (веб-сайт англ. website, от web – паутина, «веб» и site – «место») – это место во всемирной сети (Интернете), которое имеет свой адрес, собственного хозяина и состоит из отдельных веб-страниц, которые мы видим как одно целое.

Глобальная сеть состоит из всех сайтов, доступных для общего пользования. Все странички каждого сайта объединяются одним корневым адресом, тематикой, системой и дизайном. Каждая страница веб-сайта это текстовый документ, который написан на языке программирования (HTML, XHTML, JAVA или другие). Эти текстовые файлы загружаются на компьютер, обрабатываются браузером и отображаются на мониторе компьютера в виде страницы сайта. Язык программирования позволяет редактировать текст странички, добавлять ссылки, вставлять картинки, звуковые и видео файлы. Страницы сайтов могут быть как простыми наборами информации – тексты и картинки, так и сложными, с огромным количеством функций, которые управляются различными программами.

В разработке сайтов принимает участие большое количество людей – программисты, веб-дизайнеры и другие.

Самый первый сайт в мире был создан в 1991 году 6 августа. Автором сайта был Тим Бернерс-Ли. Первой информацией, опубликованной на этом сайте, было описание новой технологии World Wide Web.

В наше время сайт может являться визитной карточкой предприятия, фирмы, вашим портфолио. Также существуют Интернет-магазины, файлообменники, социальные сети, онлайн-сервисы. С помощью сайта можно распространять информацию, быстро ее корректировать, таким образом, люди, посетившие ваш сайт, будут обладать самыми последними данными. При помощи сайта имеется возможность донести огромное количество информации до людей. Никакие другие масс-медиа не способны дать такого ошеломляющего

эффекта. В газете вы ограничены количеством символов и местом для печати, рекламу на радио можно не расслышать или неправильно запомнить информацию. Только имея собственный сайт вы не ограничены и можете разместить любое желаемое количество информации. Сайт же доступен 24 часа в сутки 7 дней в неделю, поэтому все желающие могут получить к нему доступ. Наиважнейшая задача сайта – доносить информацию до пользователей и потенциальных клиентов. В последнее время всё больше и больше людей пользуются Интернетом, читают новости, общаются и работают в Интернете. Поэтому телефонная связь, газеты, телевидение отходят на второй план. Огромное количество людей ищет всю нужную им информацию в сети. Поэтому, имея свой сайт можно быть ближе к потребителям<sup>1</sup>.

Не остаются в стороне и библиотеки разных систем и ведомств.

Библиотечный сайт – необходимость нашего времени. Сегодня создать свой сайт означает для библиотеки реализовать одну из задач автоматизации – объединить традиционное книжное содержание библиотечной деятельности и высокую степень владения современными программными средствами, телекоммуникационными технологиями. Таким путём библиотеки находят своё место в культурной, информационной и образовательной сфере интересов подрастающего поколения и взрослых.

Для того чтобы студенты научились создавать образ библиотеки как гостеприимного и богатого ресурсного центра в завершении изучения темы «Web-сайты библиотек» студентам предложено выполнить домашнюю самостоятельную работу, заключающуюся в анализе и сравнении двух web-сайтов одинаковых по уровню библиотек.

---

<sup>1</sup> Тлеукеева Р. Традиционные и электронные ресурсы: состояние, проблемы, эффективность использования //Библиотека. 2008. №1. С. 15-19

## **1. НАЧАЛО РАБОТЫ ПО СОЗДАНИЮ САЙТА**

Начать работу по созданию библиотечного сайта нужно с планирования. Для этого приказом по библиотеке создается рабочая группа, которая разработает структуру будущего сайта. В группу должны войти наиболее

творческие представители библиографического отдела, отдела информационных технологий, отделов обслуживания (если таковые представлены в структуре библиотеки). Рабочая группа действует постоянно, т.е. будет продолжать свою работу и после создания первой версии сайта.

В первую очередь рабочей группе следует четко сформулировать цель создания сайта. Необходимо точно знать, куда двигаться и чего нужно достигнуть. Если знать конечную цель, менее важные вопросы будут решаться автоматически.

С точки зрения маркетинга, сайт – это набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с целевой аудиторией, это реальные и потенциальные клиенты и партнеры в одном месте. Поэтому так важно четко определить целевую аудиторию. После этого будет гораздо легче разработать структуру сайта.

Целевая аудитория сайта – это группа интернет-пользователей, на которую сфокусировано содержание сайта; круг посетителей, заинтересованных в информации или услугах, представленных на сайте. Надо знать, как минимум, следующие параметры целевой аудитории:

1. Объем целевой аудитории – количество пользователей, которых можно потенциально привлечь на сайт.

2. Социально-психологические свойства аудитории – возраст, пол, социальный статус, интеллектуальный уровень, потенциальный круг интересов, специфические свойства ключевой аудитории (консерватизм, следование обычаям, традициям и т.п.). Обычно этими характеристиками можно ограничиться.

3. Ареал аудитории – веб-сайты в Интернете, которые могут посещаться представителями целевой аудитории. Ареалы могут определяться как для целевой аудитории в целом, так и для ее отдельных групп. В данном контексте наиболее интересны два типа сайтов:

- сайты, которые предоставляют аналогичную информацию, услуги.
- сопутствующие сайты – сайты, которые предоставляют информацию, товары и услуги, связанные с тематикой веб-сайта. К примеру, у Интернет-магазина по продаже книг конкурентами будут другие магазины по продаже книг. А сопутствующими сайтами могут быть онлайн библиотеки, ресурсы, посвященные обзору новых изданий, а также другие веб-сайты, которые регулярно публикуют информацию о книгах, которые продает и данный Интернет-магазин<sup>1</sup>.

Изучение практики создания сайтов позволяет сформулировать ряд общих требований, которым должно отвечать виртуальное представительство библиотеки. К ним относятся:

- глубина содержания;
- простота навигации;
- оперативность обновления информации.

В рамках рабочей группы следует распределить обязанности по обновлению информации. Сайт требует постоянного обновления – лишь тогда его продолжают посещать. Для того чтобы помочь пользователям обнаружить новые публикации на сайте, существуют разные методы: можно организовать специальный раздел «Новое на сайте», отмечать дату публикации документа и т.д.

- доступность для пользователей;
- единство дизайна всех разделов.

При работе над сайтом библиотеки нужно:

- не затягивать работу над созданием представительства в Интернете;
- не делать перерывов в работе с сайтом;
- если в библиотеке запущен сайт, то должны быть задействованы все.

---

<sup>1</sup> club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc

## 2. СОЗДАНИЕ САЙТА

Решением многих проблем при создании сайта является использование специализированного программного обеспечения для создания и ведения сайта (движков и конструкторов).

Конструкторы сайтов. Конструкторы сайта специально изготовлены так, чтобы с процессом создания, оформления и поддержки сайта смог справиться даже неподготовленный человек. Всего за несколько шагов с помощью конструктора сайтов можно создать и наполнить свой сайт в онлайн. Для создания сайта с помощью дизайн-конструктора не потребуются никаких знаний в области html-программирования и дизайна.

В последнее время для создания сайтов все чаще используются конструкторы (системы), основанные на технологии Web 2.0.

Методика Web 2.0, по определению Тима О'Рейли, основана на проектировании систем, которые учитывают сетевые взаимодействия. Особенность данной технологии – возможность привлечения самих пользователей к созданию и наполнению содержания сайта. Использование технологии Web 2.0 при разработке сайта не просто предоставляет доступ к информации на сайте, но позволяет создать сообщество пользователей. Для социализации сайта можно также включать возможность индивидуальных настроек и создание личной зоны отдельного пользователя (личные файлы, изображения, видео, блоги).

Одной из бесплатных систем для создания сайтов является система разработки сайтов (CMS) Joomla. Она включает в себя различные инструменты для создания веб-сайта. Важная особенность системы – минимальный набор инструментов при начальной установке, который может быть увеличен по мере необходимости. Это снижает нагрузку на собственный сервер (или экономит место на хостинге).

Существующие возможности администрирования позволяют:

- для каждой страницы создать свое описание и ключевые слова, что значимо для повышения рейтинга в поисковых системах;
- программировать по календарю начало и окончание публикации любых материалов;
- ограничить доступ к определенным разделам сайта только для зарегистрированных пользователей;
- создать несколько форм обратной связи для каждого пользователя.

Система также позволяет отображать интерфейс на любом языке. В каталоге расширений доступны пакеты русского, украинского и еще некоторых языков стран СНГ<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc

### 3. СТРУКТУРА САЙТА

Как в реальной библиотеке существует один официальный вход, так и в виртуальном представительстве библиотеки существует одна точка входа в ее информационную среду. Информационная среда, представленная на сайте, поддерживает традиционное библиотечное информационное пространство.

Структура сайта – это способ компоновки, расположения, а значит, и подачи информации, который позволяет за короткое время максимально подробно рассказать о предоставляемых организацией услугах.

Грамотно выполненная структура (сочетание заголовков, контента и другой информации) поможет сайту динамично развиваться в Интернете.

Структура сайта будет определяться его контентом, т.е. той информацией, которую вы предполагаете располагать на сайте. Каждый сайт содержит несколько тематических рубрик, соединенных между собой гиперсвязями. Как правило, ссылки на все разделы сайта с краткими анонсами их содержимого приводятся на первой, так называемой стартовой (домашней) странице.

Не стоит дублировать на сайте информацию уже имеющуюся в Интернете, лучше использовать систему ссылок. Благодаря организованной системе ссылок пользователь получает доступ в нужное информационное пространство, а умение получать информацию будет приобретаться в процессе работы.

На сайте как месте доступа к информационной среде библиотеки можно выделить следующие блоки:

1. Информационно-услуговый – те продукты и услуги, которые библиотека предлагает своим пользователям:

- новостная информация требует постоянного обновления, может включать в себя: новости библиотеки; анонсы/отчеты о мероприятиях, конкурсах, концертах, выставках. Не следует увлекаться отчетами о состоявшихся мероприятиях, за исключением тех случаев, когда они

несут значимую информацию (отрывки из стенограммы выступлений, видеофрагменты, аудиозаписи); иметь ссылки на новостные блоки различных социальных структур (школы, города, региона) и т.д.; информация о различных социальных службах по вопросам детства и материнства (с адресами и телефонами) – очень полезный ресурс для библиотечных веб-сайтов;

- инструменты для ведения поиска: электронный, виртуальная справочная служба;
- справочные ресурсы: ссылки;
- ссылки на свободные (и соответствующие возрасту) инструменты веб-поиска для: поиска в блогах; в Вики-учебниках<sup>1</sup>; электронных книг и аудио-книг; учебных материалов; поиск видео; поиск изображений;
- базы данных: государственные или региональные; созданные самими библиотеками; коллекции электронных книг; коллекции видео- аудио материалов.

## 2. Образовательный блок.

- материалы в поддержку обучения информационной грамотности: инструменты, тьюторы<sup>2</sup>, руководства для учителей и учеников, проспекты, уроки, консультации, печатные и видео материалы и т.д.;
- материалы для школьников: тесты; консультации по выполнению домашних заданий; образцы работ, рефератов; коллекция учебных видео или слайд-шоу, PowerPoint, др.; презентаций; ссылки на новые инструменты для взаимодействия Wiki и т.д.;
- материалы для родителей: «Как помочь детям в выполнении домашних заданий»; «Как выбрать книги»; «Как перемещаться в новых информационных ресурсах с учащимися» и т.д.;

---

<sup>1</sup> веб-сайты, для сбора и структурирования письменных сведений

<sup>2</sup> веб-сайт, позволяющий учащимся получать знания и навыки в сети Интернет, практический опыт других учащихся

- материалы для учителей: учебные инструменты для сотрудничества; профессиональное развитие, совершенствование школы, специальные журналы и другое профессиональное чтение; ссылки на образовательные стандарты; об авторском праве и fairuse; о возможностях для профессионального взаимодействия в сетях (вики, блоги); ссылки на ресурсы для создания общения в Web 2.0.

### 3. Книги и чтение.

- консультации для читателей;
- списки для чтения (по каким-либо темам и особым интересам и т.д.);
- рекомендательные ресурсы.

Свою роль библиотека реализует в традиционных библиографических и относительно новых – вебблиографических –рекомендательных списках. И те, и другие нашли свое место на библиотечных сайтах. Отличие лишь в одном: поскольку Интернет, как известно, среда динамическая, следует периодически проверять актуальность адресов ресурсов, которые вы рекомендовали своим пользователям:

- книжные дискуссии;
- книжные конкурсы;
- ссылки на обзор книг / интересные базы данных;
- материалы в поддержку общешкольной программы чтения;
- ссылки на ресурсы для чтения в сообществе (поэзии, авторские события, книжные магазины и т.д.).

4. Интерактивный блок/блок виртуального общения – организация обратной связи с читателями. Использование информационной среды позволяет аккумулировать общение, в том числе и переписку, в одном месте. Создателям сайта всегда полезно получать информацию от своих пользователей о качестве удаленного информационного обслуживания.

К сожалению, популярные прежде гостевые книги в последнее время все чаще используются не по назначению: либо забиты разнообразным спамом, либо информационно безличными восторгами (зачастую «организованными» самими держателями сайта). Поэтому более интересным видом обратной связи представляется на сегодняшний день создание совместных обсуждений, ведение блогов, проведение опросов о качестве обслуживания на страницах сайта.

5. Визитка библиотеки (административно-управленческий блок). Информация в этом блоке довольна постоянна. Статической является следующая информация о библиотеке:

- почтовый и электронный адрес библиотеки;
- месторасположение в пределах населенного пункта;
- время работы, правила пользования библиотекой;
- структура библиотеки;
- виртуальная экскурсия по отделам обслуживания;
- описание количественного и качественного состава фондов;
- перечень бесплатных и платных сервисов, предоставляемых библиотекой.

Эта информация будет заложена при создании сайта, и в дальнейшем почти не будет претерпевать изменений.

Статическая информация должна быть конкретной, четкой, и не очень объемной: то, что кажется важным вам, совсем не обязательно заинтересует вашего пользователя<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Принципы качества веб-сайтов по культуре / ред.: М.Т.Н. Темпера, А. Темпера. М., 2006. С. 26-45.

## **4. ДИЗАЙН И НАВИГАЦИЯ**

Абсолютно естественным является желание создать привлекательный сайт для своих пользователей. Вот только в погоне за «красивостью» создатели сайтов порой ударяются в крайности. Это вряд ли произойдет, если создание макета будет поручено профессионалам, знакомым с современными разработками в области сайтостроения.

Но у библиотек зачастую нет денег на привлечение профессионалов, и приходится создавать сайт собственными силами.

Сайт должен восприниматься пользователем как единый инженерно-художественным комплекс, поэтому необходимо выдержать весь проект в одном

дизайнерском стиле. Оформляйте разделы сайта таким образом, чтобы общее художественное решение было схожим для всего сайта. Сайт должен восприниматься как цельный ресурс – по оформлению цветом, шрифтами, по навигации. Исключения могут составлять отдельные проекты, расположенные на сайте, но и они должны гармонировать с общей концепцией дизайна сайта.

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.

Лучше использовать для текста и фона контрастные цвета: синий на белом, черный на желтом, зеленый на белом и т.д. С точки зрения человеческой психологии сочетание цветов может в значительной степени влиять на восприятие зрителем представленной на картинке информации. Известный 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<sup>1</sup>.

Текст, набранный заглавными и строчными буквами, воспринимается легче, чем литерами одинакового размера. Особо следует избегать больших объемов текста, набранных в верхнем регистре клавиатуры.

---

<sup>1</sup> web-book.narod.ru

Выравнивать текст лучше по левому краю, за исключением тех случаев, когда это является творческой задачей (к примеру, фигурные стихи).

Тексты большого объема не нужно представлять единым блоком, «кирпичом» - лучше отделять 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, лучше размещать 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. Нужно помнить, что среднестатистический пользователь готов ждать загрузки страницы не более 15 секунд; после этого он может просто уйти с сайта. Поэтому, размещая на страницах картинки, представляйте их в уменьшенном размере, давая возможность составить предварительное впечатление о работе. Для полноэкранный просмотра использовать гиперссылку, желательно с указанием размера загружаемого файла.

Не перегружайте сайт анимацией – это лишь на первый взгляд она кажется привлекательной; очень скоро она начнет раздражать пользователей.

Нужно помнить, что некоторые пользователи могут отключать в своих браузерах вывод на экран графики, поэтому лучше снабдить 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). Нужно постараться 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.

Карта 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. Тогда сайт станет более интерактивным ресурсом для пользователей.

Если ранее были определены различные группы целевой аудитории, то возможно предусмотреть различные права доступа для входа (так часто делают при входе на сайт образовательных учреждений, что дает возможность систематизировать информацию).

## 5. РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА

Под продвижением сайта в Интернете обычно понимается «раскрутка» ресурса, основная цель которой – увеличение числа ежедневно заходящих на сайт посетителей и соответственно количества контактов целевой аудитории с опубликованной на сайте информацией.

Среди разнообразных методов продвижения сайтов можно выделить два основных направления: активные и пассивные (см. Приложение 1).

Для рекламы сайта библиотеки можно использовать привычные, традиционные методы – поместить информацию о нем в средствах массовой информации (периодической прессе, на радио, телевидении), отпечатать листовки для распространения в библиотеке. Однако основные средства рекламы находятся в самом Интернете.

Поисковые роботы периодически сканируют веб-сайты и индексируют информацию, находящуюся в них. Существенную помощь в этом оказывает метаинформация, которую рекомендуется 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 DublinCoreMetadataInitiative (Инициатива Дублинского ядра метаданных)<sup>1</sup>.

Полезной является регистрация сайта в разнообразных списках и наиболее значимых каталогах (Google, Yandex, Rambler, Mail и т.д.).

---

<sup>1</sup> web-book.narod.ru

Счетчик посещений популярных рейтинговых каталогов также может создать рекламу сайту и добавить количество посещений.

## 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САЙТОВ

На сегодняшний день уже не встает вопрос: нужен сайт или не нужен. Важно сделать сайт максимально эффективным средством успешной коммуникации и поддержания благоприятного имиджа организации.

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

**Информативность.** Сайт является удобным каналом информирования целевых аудиторий и его изучения. На сайте должна быть представлена:

- общая информация о сайте/портале;
- нормативные документы;
- справочники и базы данных;
- информация о конкурсах и тендерах;
- карта сайта;
- англоязычная версия сайта;
- новостная информация.

**Открытость.** Является приоритетным направлением работы сайта. Такой подход предполагает создание механизмов прозрачности деятельности. На сайте должны быть представлены:

- раздел об организационной структуре библиотеки;
- информация о сотрудниках;
- контактная информация структурных подразделений;
- информация о территориальных органах, филиалах;
- информация о руководителях;
- контактная информация;
- аналитические и статистические материалы.

**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-общественностью.

На сайте должно быть представлено:

- поисковая система;
- раздел «часто задаваемые вопросы» (FAQ);
- тематический форум;
- голосование и анкетирование он-лайн;
- отправка сообщения с сайта;
- подписка на рассылку обновлений сайта (RSS);
- регистрация и получение расширенных сервисов онлайн.

В межсессионный период студентам необходимо проанализировать, сравнить и оценить сайты двух любых библиотеки РФ одного уровня и заполнить нижеследующую таблицу.

**Таблица 1**

**Анализа web-сайта библиотеки**

Название и адрес сайта		
Назначение		
Цели		
Аудитория		
Время работы сайта		
Наличие электронного каталога		
Расходы на создание и поддержание сайта		

Нормативные документы, представленные на сайте		
Карты сайта		
Новостная и архивная информация		
Информация о сотрудниках		
Контактная информация		
Контактная информация структурных подразделений		
Информация о сотрудниках		
Ожидаемые результаты		
Ссылки на электронные ресурсы		

По завершении заполнения таблицы необходимо дать оценку сайтам по 10-ти бальной шкале и сделать выводы.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Web-сайт является основной формой предоставления информации во Всемирной Паутине. Сегодня практически все значимые общественные институты обзавелись в Сети собственными представительствами. С их помощью целые организации и отдельные граждане не только обозначают свое присутствие в сети Интернет, но и пытаются реализовать в виртуальной вселенной изначально присущие им функции.

Библиотечный веб-сайт – это:

- представительство во внешней среде (Интернете),
- еще один библиотечный сервис, аккумулирующий почти все традиционные библиотечные сервисы, только предоставляются они в режиме удаленного доступа.

Если отдельная библиотека не может разработать свой собственный сайт, то имеет смысл объединять свои усилия. Например, создать сайт «Библиотечная система N-ского района, города и т.п.». На этом сайте будет интегрирована информация по библиотечному обслуживанию в целом, но, в то же время, каждая библиотека района будет представлена собственным разделом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гендина, Н.И. Использование формализованных методов при подготовке текста для веб-сайтов учреждений культуры [Текст] / Н.И. Гендина, Н.И. Колкова, О.И. Алдохина // Научные и технические библиотеки.-2008.-№3.-С. 29-35.
2. Гендина, Н.И. Лингвистические средства проектирования контента веб-сайтов [Текст] / Н.И. Гендина // Научные и технические библиотеки.-2008.-№3.-С. 5-14.
3. Земсков, А.И. Некоторые особенности работы с электронными документами [Текст] / А.И. Земсков // Научные и технические библиотеки.-2008.-№2.-С. 112-125
4. Инькова, Н.А. Создание Web-сайтов [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие /Н.А. Инькова, Е.А. Зайцева, Н.В. Кузьмина // Режим доступа: <http://club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc>
5. Селин, Г. Интернет-пособие по созданию Web-сайта, его публикации и способах раскрутки [Электронный ресурс]/ Г. Селин // Режим доступа: <http://web-book.narod.ru/>
6. Панкова, Е.В. Интернет-сайт среднего профессионального учебного заведения [Текст]: эффективность поиска в Интернете / Е.В. Панкова, С.А. Косинова // Научные и технические библиотеки.-2008.-№3.-С. 41-44
7. Принципы качества веб-сайтов по культуре / ред.: М.Т.Н. Темпера, А. Темпера.- М., 2006.-61 с.
8. Режепп, А. Типичные ошибки при создании корпоративных web-сайтов [Текст] / А. Режепп, Ю. Степанов, О. Павлова // Мир Internet.-2001.-№2.- С. 70-73
9. Тлеукеева, Р. Традиционные и электронные ресурсы [Текст]: состояние, проблемы, эффективность использования / Р. Тлеукеева // Библиотека.- 2008.- №1.-С. 15-19.

10. Шрайберг, Я.Л. Библиотека, электронная информация и меняющееся общество в информационном веке [Текст] / Я.Л. Шрайберг // Научные и технические библиотеки.-2007.-№1.-С. 25-55.

Приложение 1

**Методы продвижения сайтов**

<b>Активные методы продвижения</b>	<b>Пассивные методы продвижения</b>
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»