

«Проектирование и развитие веб-сайта библиотеки»



<http://www.>

«Проектирование и развитие веб-сайта библиотеки»

ВЕБ-САЙТ - это:

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

Требования к сайту:

- **ОРИЕНТАЦИЯ НА ИНТЕРЕСЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ (ЧИТАТЕЛЯ).** Организация структуры веб-сайта должна быть понятна пользователю и помогать наиболее эффективно решать поставленные пользователем (а не создателем сайта) задачи. Пользователю сайта необходимо дать возможность получить ответ на свой запрос наиболее коротким путем. Информацию сайта, посвященную библиотеке-организации, важно четко отделить от информационных возможностей и сервисов самого сайта. В первом случае пользователю нужны данные для того, чтобы посетить библиотеку-организацию. Во втором - получить информационные услуги удаленно;
 - **УНИКАЛЬНОСТЬ КОНТЕНТА** (эксклюзивность информации, содержащейся на сайте);
 - **ТОЧНОСТЬ И ДОСТОВЕРНОСТЬ.** Пользователь должен быть уверен, что представленная на веб-сайте информация является точной и подтвержденной фактами;
 - **ПРОСТОТА НАВИГАЦИИ;**
 - **СТЕПЕНЬ ВЗАИМОСВЯЗАННОСТИ ВСЕХ СТРАНИЦ И РАЗДЕЛОВ САЙТА.** Для СВЯЗИ между элементами веб-сайта и другими порталами в Сети используют ссылки (гиперссылки). Гиперссылки могут быть контекстными, т.е. добавляться в описательные статьи, например, новостного раздела, а могут быть и совершенно самостоятельным ресурсом, страничкой и выполнять роль библиографического указателя интересных веб-сайтов по определенной теме или ссылаться на запись электронного каталога, соответствующую тому или иному изданию в списке. Ссылки могут быть внутренними (ссылаться на страницы этого же веб-сайта) и внешними (ссылаться на страницы других веб-сайтов). Внутренние ссылки стимулируют просматривать больше страниц. Внешние ссылки несут дополнительную ценную информацию, значительно обогащая содержание собственной страницы. Ввиду того, что содержимое Сети постоянно меняется, ссылки на внешние ресурсы необходимо время от времени проверять и удалять потерявшие актуальность.
- **ИНТЕРАКТИВНОСТЬ.** При разработке сайта необходимо включить в его структуру сервисы WEB 2.0.

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).

➤ **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.**

Помните!

- Работа с сайтом не знает перерывов.
- Если в библиотеке запущен сайт, вам не удастся отсидеться на скамейке запасных.

Структура сайта

СТРУКТУРА САЙТА - это способ компоновки, расположения, а значит, и подачи информации, который позволяет за короткое время максимально подробно рассказать о предоставляемых библиотекой услугах. Грамотно выполненная структура (сочетание заголовков, контента и другой информации) поможет сайту динамично развиваться в Интернете.

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

1. ИНФОРМАЦИОННО-ДОСУГОВЫЙ: 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 (масштабные акции, конкурсы, фестивали)

- Ссылки на сайты познавательного и социального содержания.

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 каталог. 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. Удаленный пользователь остается один на один со страницей поиска, и лишен возможности обратиться за помощью к дежурному библиографу. Минимальный набор полей для поиска должен включать поиск по автору, названию, а также ключевому слову и/или предметной рубрике.

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 необходимо вести базу данных выполненных запросов с возможностью удаленного поиска в ней. 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. Этого делать не следует: во-первых, информация, содержащаяся в подобного рода сочинениях, рефератах может оказаться весьма сомнительного качества; во-вторых, мы отучаем детей 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.

Справочные ресурсы: ссылки

- на онлайн-словари/энциклопедии/альманахи;
- на биографические справочные ресурсы;
- на интерактивные атласы, карты, географические инструменты.

2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ БЛОК

Материалы в поддержку обучения информационной грамотности: инструменты, руководства для учителей и учеников, проспекты, уроки, консультации, печатные и видео материалы, презентации в Power Point, PDF и т.д. Эти материалы особенно актуальны, поскольку в детских библиотеках часто организуются различные обучающие (в том числе компьютерные) курсы для читателей.

Материалы для школьников:

- Тесты;
- Консультации по выполнению домашних заданий;
- Образцы работ, рефератов школьников;
- Информация, способствующая удовлетворению потребностей, запросов, интересов детей: диеты, здоровье и красота; советы по безопасности и т.д.

Помните!

Кроме детей, потенциальными адресатами сайта могут быть и взрослые - родители, педагоги, библиотекари. Статьи и рекомендации по вопросам психологии, педагогики, детского чтения и пр. предпочтительно выделять отдельным адресным блоком, а при возможности вообще предусматривать два (или более) входа на сайт - для детей и для взрослых.

Материалы для родителей.

- Как помочь детям в выполнении домашних заданий;
- Как выбрать книги и т.д.;

Материалы для учителей

- учебные инструменты для сотрудничества;
- профессиональное развитие, совершенствование школы, специальные журналы и другое профессиональное чтение;
- ссылки на образовательные стандарты;
- об авторском праве;
- 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 чтения (летнее, в классе, по особым интересам и т.д.)*
- *Рекомендательные ресурсы.* Свою традиционную роль лоцмана в бесконечном океане информации библиотека реализует в традиционных библиографических и относительно новых - вебблиографических - рекомендательных списках. И те, и другие найдут достойное 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*

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.

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. АДМИНИСТРАТИВНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ БЛОК (ВИЗИТКА БИБЛИОТЕКИ)

Информация в этом блоке довольно 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.

Дизайн и навигация

- Сайт должен восприниматься пользователем как единый инженерно художественный 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. Исключение могут составлять отдельные проекты, расположенные на сайте, но и они должны гармонизировать 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.
- Используйте 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.
- 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. 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; после этого он может просто уйти с сайта. 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. 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.

➤ 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).

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. Таблица 1).

Таблица 1

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

<u>Активные методы продвижения</u>	<u>Пассивные методы продвижения</u>
Рассылка частных электронных писем	Регистрация сайта на поисковых серверах
Размещение информации о сайте на досках объявления, в блогах, форумах	Регистрация сайта в каталогах (СМИ, печатных, электронных)
	Размещение ссылок на чужих сайтах