

Алтайская краевая универсальная научная библиотека  
им. В. Я. Шишкова»

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВЕДЕНИЯ  
КОНТЕНТА САЙТА БИБЛИОТЕКИ**

Методические рекомендации  
для муниципальных библиотек Алтайского края

Барнаул  
2014

УДК 02  
ББК 78.3  
О-754

Составитель: Е. М. Терентьева

О-754	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.
-------	---

Издание рассматривает особенности информационного наполнения и эффективного управления контентом сайта муниципальных библиотек Алтайского края.

Для широкого круга специалистов библиотечно-информационной сферы.

УДК 02  
ББК 78.3

© КГБУ «Алтайская краевая универсальная научная библиотека им. В. Я. Шишкова», 2014

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Информационное наполнение контента сайта.....	5
Отражение социальных медиа и социальных сервисов на сайтах муниципальных библиотек .....	16
Рекомендации по информационному наполнению, ведению и управлению контентом библиотечного сайта.....	24
Заключение.....	32
Список использованной литературы.....	33
Приложение 1. Модели типовой структуры контента «домашней» страницы официального сайта библиотеки.....	35
Приложение 2. Виды систем управления контентом.....	39

## ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и их всепроникающий характер обусловили становление единого открытого мирового информационного пространства, чьей сущностной характеристикой является возможность получения каждым членом общества полной и достоверной информации на основе свободного доступа. Реализация этой возможности во многом связана с наличием в открытом мировом информационном пространстве надежных информационных ресурсов.

Для того, чтобы занять прочное место в виртуальном пространстве, библиотекам необходимо искать новые формы и методы работы, способы привлечения читателей и пользователей. Одним из важнейших видов современных информационных ресурсов являются веб-сайты, которые являются важнейшим стратегическим направлением развития деятельности библиотек. Он совмещает в себе информационные, поисковые, образовательные, рекламные, навигаторские функции и является значительным интегрированным ресурсом.

Согласно данным информационно-справочного портала Library.ru, каталог библиотечных веб-сайтов на 1 сентября 2013 г. насчитывал 2509 адресов. В их числе веб - сайты российских библиотек различных типов и разной ведомственной принадлежности, а также веб-сайты корпоративных библиотечных систем и центров, библиотечных ассоциаций и др.

## ИНФОРМАЦИОННОЕ НАПОЛНЕНИЕ КОНТЕНТА САЙТА

Развитие Интернета неразрывно связано с сайтостроением. В библиотечной среде наблюдается быстрое увеличение количества сайтов и создание широкого спектра электронных ресурсов и средств, обеспечивающих доступ к ним удаленным пользователям. Исходя из этого, вполне закономерным является процесс активного изучения интернет-пространства и библиотечной веб-среды как его составляющей.

В настоящее время библиотечный сайт рассматривается в нескольких аспектах, в качестве:

- канала коммуникации, если рассматривать их с точки зрения социологов как «виртуальные/электронные институты», которые являются новым перспективным типом организационно-производственной структуры;

- электронного ресурса, являющегося, с точки зрения специалистов в области библиотековедения, совокупностью электронных документов;

- программного продукта, с точки зрения программистов и специалистов области информатики;

- основной платформы или точки доступа к интернет-ресурсам, или главного интерфейса для представления информации и взаимодействия научного и профессионального библиотечного сообщества.

Назначение веб-сайта определяется по тому, на какую аудиторию (целевую группу) ориентированы его ресурсы. По этому критерию он может служить как вспомогательным средством внутрибиблиотечной работы, так и действенным инструментом донесения библиотечной информации до самых широких групп пользователей, включая зарубежных.

С точки зрения *внутренних задач* сайт помогает увеличить производительность труда сотрудников библиотеки - комплектовщиков, каталогизаторов, библиографов, а также в какой-то мере и сотрудников учреждений, при которых существуют библиотеки. С помощью веб-страниц уточняется наличие изданий, шифруются книги и статьи, проводятся библиографические ра-

зыскания, готовятся справки и выставки, предлагаются новые источники «реальным» посетителям библиотеки.

Помимо внутренних задач, можно отметить и *внешние*. Сайт может привлечь огромное количество отечественных и зарубежных пользователей к традиционным фондам библиотеки и новым ресурсам, созданным на основе Интернет-технологий. Эта деятельность может полнее раскрыть содержание библиотечных фондов, активизировать обращаемость изданий, представить новинки, организовать информирование о важнейших проблемах науки, техники и образования через призму справочной и библиографической информации. Библиотека получит положительный имидж и популярность не просто как культурного учреждения, предоставляющего доступ к традиционным печатным книгами и журналами, а как информационный центр с широким использованием интернет-технологий и систем.

Все это делает веб-сайт мощным средством для продвижения информационно-библиотечных продуктов и услуг, а также формирования имиджа библиотеки как современного информационного, социокультурного центра.

Создание, библиотечных сайтов достаточно специфическая область деятельности, поскольку в ней должны быть задействованы специалисты различных областей деятельности: профессиональные веб-мастера и библиотечные специалисты.

Основной задачей является создание сайта с трех позиций:

1. Как информационного ресурса;
2. Программного продукта;
3. Как средства взаимодействия в библиотечной веб-среде.

Опыт работы над созданием сайтов IT-специалистов свидетельствует [12], что моделирование любого сайта, в том числе и библиотечного, состоит из нескольких этапов, которые представлены на рисунке 1.

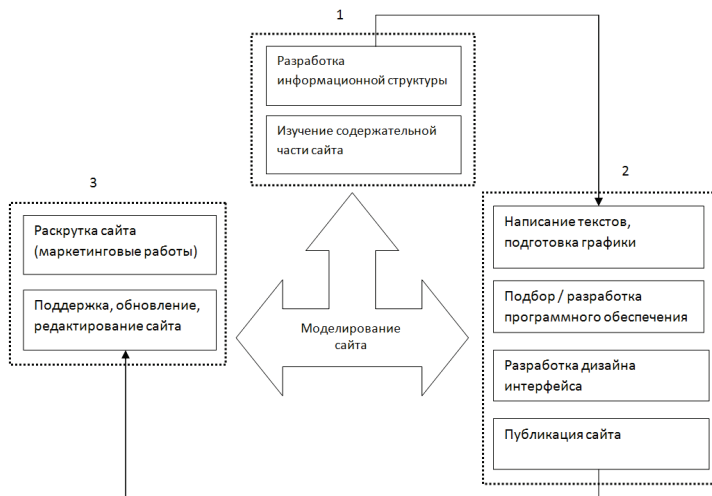


Рис. 1. Этапы моделирования библиотечного сайта

Исследование содержательной части библиотечного сайта и моделирование его информационной структуры – задачи взаимосвязанные.

Контент (content) - с английского языка это слово переводится как «содержание» или «наполнение». В русский язык оно вошло без изменения значения и не стало синонимом. Теперь это термин, относящийся к сфере интернет технологий. Под контентом понимают собственно наполнение сайта. Можно сказать, что дизайн сайта - это форма, а контент - его содержание.

Контент библиотечного сайта делится на три категории:

1. **Графический контент.** Сюда входят различные графические материалы. В первую очередь - конечно, фотографии, иллюстрации, анимация. Но могут быть и диаграммы, чертежи, видео.

2. **Фактический контент.** Это инструкции, данные каких-либо исследований, числовая информация (таблицы).

3. **Текстовый контент.** Как понятно из названия - это тексты самого различного содержания.

Для оптимизации процесса подготовки контента, всю информацию нужно разделить на три группы:

1. **Фундаментальная информация.** Данный вид информации актуален, как правило, всегда или достаточно долго.

2. **Информация средней продолжительности.** Это сведения, которые актуальны в течение одного-двух лет и не требуют частого обновления.

3. **Информация краткой продолжительности.** Сведения, которые необходимо обновлять или заменять перманентно.

Чтобы сделать библиотечный сайт более востребованным и посещаемым, необходимо руководствоваться тремя основными составляющими:

**Первое.** Когда библиотечные специалисты начинают создавать свой сайт, то акцентируйте внимание на его **заглавии**. Необходимо подойти к процессу выбора подходящего заглавия творчески. Оно должно быть максимально развернутым и информативным. Чтобы дать сайту большую популярность, нужно его описать, а для этого необходимо придумать около десяти слов, которые внесутся в meta-теги. Поисковые роботы периодически сканируют веб-сайты и индексируют информацию, находящуюся в них. Существенную помощь в этом оказывает метаинформация, которую рекомендуем 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).

**Второе.** Особенности **графического контента**. Сегодня ни один сайт не обходится без рисунков, фотографий и картинок. Когда сайт наполняется графическими элементами, необходимо



подписывать изображения не цифрами или одной буквой, а понятным названием, ключевым словом, например, «sobaka.jpg». Так у поисковых машин будет больше вероятность проиндексировать именно ваш сайт. Здесь, нельзя переусердствовать, потому что все надписи высвечиваются при наведении на них «мыши», и иногда это раздражает посетителей. Есть посетители, которые просматривают сайты с отключенными картинками, они будут вместо иллюстраций видеть надписи, а также удобно будет пользоваться сайтом тем, у кого проблемы со зрением – они пользуются озвучкой всего текста, в том числе всплывающих подписей к картинкам.

**Третье. Ссылки и собственно информация.** Делайте ссылки на другие страницы понятными. Например, на одном сайте в Интернете главная страница называется «НОМЕ», а на другом – «Домовушка». В принципе, понятно, молодежь может быстро сообразить, где и что. Но, как известно, Интернет уже смог привлечь к себе людей всех возрастов, поэтому ориентируйте ваш сервис на широкую публику. Что касается самой информации, то желательно лишнюю не размещать.

В 2011 - 2012 гг. отделом автоматизации Алтайской краевой универсальной научной библиотекой им. В. Я. Шишкова было проведено исследование «Состояние веб-представительств библиотек Алтайского края». Цель - выявление современного состояния информационной структуры (контента) веб-представительств библиотек Алтайского края, а так же построение типовой структуры контента официального сайта краевой библиотеки, муниципальной городской библиотеки, муниципальной межпоселенческой районной библиотеки, сельской библиотеки.

В исследовании приняли участие 23 библиотеки, которые имеют веб - представительство в Интернете. В их числе: 3 краевых библиотек, 9 муниципальных городских библиотек и 11 муниципальных межпоселенческих районных библиотек края.

В качестве главного итога работы автором были предложены четыре модели информационной структуры сайтов библиотек различных уровней, в том числе и модель структуры контен-

та сельской библиотеки Алтайского края (см. приложение 1).

В соответствии с результатами исследования, критериями методики исследования контента сайта проекта «Minevra» [2] и методикой создания «информационного образа объекта» разработанная сотрудниками НИИ ИТ СС КемГУКИ [6], модели отвечают следующим требованиям:

1. Состоять из ряда элементов и ориентироваться на определенную целевую аудиторию:

1.1. совокупности выставляемых на сайте информационных ресурсов, сервисов.

1.2. сервисов, свойственных интернет - пространству (средств электронной коммуникации).

2. Сохранять преемственность развития деятельности библиотеки в веб-среде, которая предполагает сохранение накопленного опыта и проектирование ведущих направлений деятельности и ресурсов.

3. Подчиняться определенной цели и задачам создания сайта, в соответствии с которыми должен соблюдаться принцип выбора разделов и подразделов контента.

4. Обеспечить структурированность, иерархичность и взаимосвязь разделов и подразделов, а также целостность контента сайта.

5. Организовать простоту модели информационной структуры сайта, которая состоит только из ключевых элементов и взаимосвязанных компонентов структуры, объединенных внутренним содержанием.

Представленные в Приложении 1 модели библиотечных сайтов Алтайского края носят уровневый характер.

**Первый уровень.** Информационный и сервисный, каждый из которых имеет целевое назначение и специфические аспекты деятельности.

**Второй уровень.** Это компоненты структуры, присущие только этому уровню. Содержание этих компонентов является обобщенным описанием для каждого типа библиотек Алтайского края.

Самая важная часть веб-сайта - «домашняя» страница. Это лицо библиотеки, открытое всему миру, а также исходная точка при большинстве посещений пользователей.

«Домашняя» страница библиотеки выполнять следующие задачи:

- быстро направляет к часто запрашиваемой информации;
- служит эффективным указателем сервисов;
- использует дружественную пользователю терминологию;
- дает общее представление о ресурсе, его информационном содержании.

Оценка состояния «домашней» страницы веб-представительств библиотек края предполагает выполнение следующих этапов:

- определение видовых характеристик веб-представительств библиотек края (например, краевые библиотеки, муниципальные городские библиотеки, муниципальные межпоселенческие районные библиотеки, сельские библиотеки);
- определение функциональных характеристик и направлений деятельности библиотеки;
- определение принципов структурирования информации на сайтах, в частности группировки рубрик и подрубрик;
- определение целевого сегмента пользователей, состава групп внешних и внутренних пользователей;
- анализ контента рубрик, подрубрик и выявление профессиональных ресурсов и/или ресурсов предназначенных для обслуживания пользователей;
- определение типа рубрик (подрубрик);
- определение количества уровней вложений в составе сайта;
- установление зависимости между типом рубрик и уровнем структурирования.

Если «домашняя» страница не соответствует потребностям и терминологии пользователей, они быстро уйдут с веб-сайта или затратят много времени, щелкая по неправильной ссылке, и навсегда заблудившись на сайте.

Поэтому основная задача администраторов сайта - представить на «домашней» странице сжатую, четко структурированную информацию и одновременно предложить общий обзор

всех сервисов. Опросы среди читателей показали, что часто дается слишком много общей информации о библиотеке (история, структура, миссия и т. п.), которая не имеет значения для пользователя при быстром поиске, но размещается на самых видных местах. Информация на «домашней» странице должна сводиться только к самым необходимым данным и сервисам.

Многие современные библиотековеды, среди них О. И. Алдохина, Н. И. Гендина, Н. И. Колкова, О. В. Кулева, Н. С. Редькина считают, что обязательным инструментом у веб-представительства является наличие «*Карты сайта*», которая позволяет с ориентироваться при разыскании нужной информации на сайте.

Сегодня актуальным становится присутствие на «домашней» странице любого сайта, в том числе и библиотечного, *статистики его посещения* виртуальными пользователя. Общероссийской тенденцией является снижения общего числа посетителей библиотек, поэтому статистика посещений удаленными пользователями, взятая с сайта библиотеки, может быть хорошим инструментом для выполнения плановых показателей библиотечной статистики библиотеки. Как показали результаты исследования на сайтах библиотек края используются, в основном, баннерные счетчики посещаемости различных поисковых и статистических систем. Отдельные специалисты считают, что в показатели библиотечной статистики конкретной библиотеки необходимо включать как посетителей, так и хосты (статистика посещаемости, т. е. это самые уникальные посетители, которые показывают популярность сайта в целом) [10].

В процессе исследования *информационной структуры* 23-х веб-представительств края было установлено, что вся совокупность информации на сайте делится на несколько групп:

1. Информация о библиотеке;
2. Информация для читателей;
3. Предоставляемые ей продукты и услуги (ресурсы);

4. Основные направления деятельности библиотеки. Так, на сайтах муниципальных библиотек должны быть разделы, обеспечивающие библиотечных специалистов профессиональной информацией. К ним относятся такие разделы сайта как: про-

граммы, проекты, гранты; конференции, семинары; секции, центры; методические материалы, планы методической работы, документы; публикации; сотрудничество и другое.

5. Библиотечные сервисы (средства электронной, в том числе, асинхронной коммуникации). Дальнейшее внутригрупповое деление структурируется согласно содержащейся в ней информации.

Актуальным в настоящее время является сервис *перевода* содержимого контента сайта **на иностранные языки** (англоязычная версия). Этот сервис дает возможность библиотекам увеличить число потенциальных и реальных пользователей сайта, в том числе и иностранных посетителей; повысить престиж сайта и библиотеки в связи с выходом на мировой уровень, т. к. английский язык считается международным языком коммуникации. Администраторам сайтов библиотек для успешного функционирования английской версии сайта следует соблюдать ряд общепринятых рекомендаций:

- на сайте не должно быть русской навигации и каких-либо фрагментов оформления на русском языке, которые могли бы сбить иностранного посетителя с толку;
- качественный, понятный и профессиональный перевод;
- в некоторых случаях сам сайт и язык текстов приходится немного адаптировать: некоторые специфические понятия подлежат объяснению, некоторые страницы и даже разделы могут быть несущественны для иностранного пользователя, а некоторые наоборот - особенно важны. Поэтому в процессе работы над английской версией, возможно, придется несколько изменить структуру и содержание библиотечного сайта.

*Сервис «Орфография».* Орфографические ошибки – явление нередко в текстовых материалах сайта. Сегодня, читая некоторый текст можно наткнуться на опечатку, которая сводит на «нет» всю работу библиотечных специалистов, тем самым снижая авторитетность сайта. Многие пользователи даже начинают машинально щелкать по ошибочному слову, выделяя его мышкой и тут же снимая выделение - они пытаются избавиться от неприятного ощущения. Хорошим помощником для устранения таких орфографических оплошностей является система **Orphus**,

позволяющая пользователю отслеживать и сообщать вебмастеру сайта о всех неточностях, опечатках ресурса. Посетителям достаточно выделить не понравившийся ему фрагмент текста и нажать Ctrl+Enter, после чего сведения немедленно (и в фоновом режиме) отправляются вебмастеру сайта.

По электронной почте пользователи так же могут сообщать о найденных ошибках, но это требует временных затрат со стороны посетителей сайта (запуск почтовой программы, написание приветствия, копирование ссылки и т.д.). Система Orphus позволяет посетителю сделать все то же самое, но на молниеносной скорости. Вебмастер, в свою очередь, можете раз в неделю просматривать в Web-интерфейсе накопившийся список опечаток и исправлять ошибки.

Для того чтобы библиотекам края подключить систему Orphus, администраторам достаточно только заполнить приведенную на сайте форму (<http://orphus.ru/>).

Наличие *баннерной рекламы* на сайте библиотеки, как на собственные ресурсы, так и на ресурсы других организаций, являются гибким и удобным информационным средством, позволяющим визуализировать информацию, сделать ее более привлекательной и комфортной для пользователей. Баннерная интернет-реклама является эффективным инструментом продвижения товаров и услуг. Она представляет собой графическое изображение, аналогичное рекламному модулю в прессе, но способное содержать анимированные (редко видео-) элементы, а также являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией. Размещение баннеров на ресурсы коллег и партнеров указывает на корпоративность в работе библиотеки, а также о ее включенности в мировую библиотечную web-среду.

За последние несколько лет значительно возросла доля посещения сайтов, в том числе и библиотечных, с использованием мобильных устройств. Так, с начала 2013 года более чем втрое увеличилось число визитов и просмотров с помощью таких средств коммуникации. Данный сервис получил название «*Мобильная версия*». Существует ряд неудобств просмотра обычных сайтов/интернет-магазинов на мобильных устройствах. Это: из-

быток контента, как следствие – неудобство навигации; необходимость постоянного скроллинга, увеличения/уменьшения экрана, излишние отступы между областями текста, множество лишних ссылок и другие артефакты – удобные на большом экране, но замусоривающие миниатюрные экраны мобильных устройств.

В связи с этим возникает необходимость отключения лишних сервисов и адаптации сайта к мобильному устройству. Такой сервис сводится к двум простым действиям. Во-первых, это подмена макета, чтобы оставить только тело страницы и минимум навигации. Во-вторых, вывод адаптивного CSS для коррекции контента под экраны с низким разрешением. С технической стороны «мобильная версия» позволяет автоматически определять мобильное устройство, с которого осуществляется вход на сайт, определить разрешение данного устройства, возможность переключения между режимами и т. д.

Пользователи оценили возможности максимального погружения в информационное наполнение данного Интернет-ресурса, ощутили полное удобство интерфейса и неограниченные возможности для реализации своих информационных запросов.

## ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕРВИСОВ НА САЙТАХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕК

Библиотечная действительность указывает на то, что сейчас библиотекам уже недостаточно просто присутствовать в веб-среде и ждать, что пользователи сами найдут и придут в библиотеку. Поэтому все чаще администраторы сайтов задумываются над вопросом постоянного, а не одноразового, без системного (чаще всего в период сессии, написания выпускных квалификационных работ, дипломных работ и т.д.) посещения своего ресурса. То есть стремятся сделать такие посещения регулярными, чтобы конкретный пользователь стать фанатом этого веб-ресурса, возвращался к нему снова и снова и, конечно же, приволил друзей.

Библиотечные специалисты используют различные способы и методы привлечения посетителей на сайт, среди них особого внимания заслуживают **социальные медиа**. Однозначного определения понятия «социальные медиа» на сегодняшний день не существует. Специалисты сводят его к набору онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Общение может принимать различные формы – пользователи могут делиться своим мнением, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой, рекомендациями.

Выделяют следующие разновидности социальных медиа:

- Интернет-сообщества;
- блоги;
- социальные сети;
- виртуальные игры;
- сообщества по производству совместного контента;
- совместные проекты;
- геосоциальные сервисы.

Рассмотрим некоторые из них, применяемые сегодня многими библиотеками России. Использование **блога** является одним из эффективных и доступных инструментов для продвиже-



ния библиотечной мысли (услуги, обслуживания и т. д.).

Блог - самая известная платформа Веб 2.0. Появившись в 1997 г., блоги стали достаточно распространенным явлением к 2001 г. благодаря бесплатному предоставлению сетевых платформ управления обслуживанием. Блог - это гибрид дневника и журналистики в онлайн-режиме, для которого характерно хронологическое расположение информации [4]. Феномен блога означает, что возможность опубликовать документ в Интернете развивалась от привилегии для немногих (университетов и научных центров) до права для всех (т.е. блогеров). Блог позволяет любому человеку, имеющему выход в Интернет, легко создать свой сайт и совершенно самостоятельно размещать на нем свои истории, информацию и мнения. Как правило, структура блога определяется лежащей в его основе издательской программой, которая позволяет автоматически создавать веб-страницы. Такая структура может быть зачастую персонализирована с помощью графики и моделей, называемых «шаблонами».

Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или библиотечное сообщество. Самое главное, что в нем есть записи на библиотечные темы. Формы подачи материалов могут быть разнообразны – короткое сообщение, заметка, выступление, статья, сценарий. Здесь можно разместить не только текст или фотографию, но и электронную презентацию, аудиозапись, видеоролик и даже целую брошюру. Есть возможность оставлять комментарии, а это значит, что в любой момент можно вернуться к опубликованным материалам и обсудить их.

Многие библиотечные специалисты задаются вопросом: «Зачем нужен блог, если есть сайт у библиотеки?» Сайт – это строгая деловая площадка, официальное лицо библиотеки в Интернет-пространстве. Блог – это неофициальное, кулуарное, дружественное общение всех заинтересованных. В блоге не нужна субординация. В докладе Я. Л. Шрайберга на Крымской конференции в июне 2011 г. прозвучало, что в библиотеке должно быть несколько блогов, в т.ч. личный блог директора. Примером подобной работы может служить Библиотека-

читальня им. И.С. Тургенева (<http://www.turgenev.ru/>), в которой наряду с сайтом ведутся следующие блоги:

- Библиотека-читальня им. И. С. Тургенева;
- Блог директора библиотеки Татьяны Евгеньевны Коробкиной. DICO QUOD SENTIO (лат. говорю, что думаю);
- Музей в библиотеке;
- Блог Чеширского Кота (блог ведет отдел новейших информационных технологий);
- Тургеневка - новые поступления в читальный зал;
- Свидание с кинематографом.

Для того, чтобы муниципальным библиотекам Алтайского края начать активно развивать блогерство (постоянное ведение блога на определенной платформе) на страницах своих сайтов, библиотечным специалистам необходимо ответить на следующие вопросы:

- какую информацию, помимо информации, представленной на сайте, может предоставить блог для своих пользователей (например, знания, опыт, положительные эмоции, навыки и умения);
- какие выгоды получают от такого общения читатели библиотеки (например, развивающее обучение, комфортное общение, организации массовых мероприятий (библиотечных акций, флешмобов)).

Сопоставление первого ответа со вторым, в виде короткого лаконичного текста, приведет вас к заключению о необходимости или полной ненужности именно вашей библиотеки организации и ведения библиотечного блога. Если ответ будет положительным, то вам необходимо сделать смысл такого блога настолько привлекательным и понятным аудитории пользователей, что не подписаться, не читать, не комментировать ваш блог будет полным безумием.

В июне 2013 году Алтайской краевой универсальной научной библиотекой им. В. Я. Шишкова (АКУНБ им. В. Я. Шишкова) разработан блог повышения квалификации библиотекарей БиблиоAcademia (<http://academia.altlib.ru/>) целью которого является консультирование и оказание методической помощи библиотечным специалистам края по актуальным и значимым во-

просам текущей библиотечной работы. Помимо этого, возможности блога сотрудники краевой библиотеки используют при организации курсов повышения квалификации для библиотечных специалистов.

Еще один из разновидность социальных медиа – **социальные сервисы**.

Социальный сетевой сервис – это виртуальная площадка, связывающая людей в сетевые сообщества с помощью программного обеспечения, компьютеров, объединенных в сеть (Интернет) и сети документов (Всемирной паутины) [4]. В настоящее время они стали основным средством общения; поддержки и развития социальных контактов; совместного поиска, хранения, редактирования и классификации информации; обмена медиаданными; проявлением творческой деятельности сетевого характера.

Сегодня многие библиотеки подключают сервис «социальные сети», которые направлены на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.

Крупнейшие социальные сети делятся на: русскоязычные (ВКонтакте, Одноклассники.ru, Мой Круг) и англоязычные (Facebook, Last.fm, MySpace).

Например, «ВКонтакте» – социальная сеть, российский аналог сервиса Facebook, по данным Alexa.com, самый посещаемый сайт России и Украины (45-я позиция в мире). Ежедневно этот сайт посещают более 7000000 человек.

Среди отличительных особенностей этого сайта можно отметить:

- возможность публикации видео и аудиозаписей, неограниченно создавать и комментировать фотографий и фотоальбомов (как минус, нет возможности комментирования аудио);
- организация встреч и групп по интересам;
- возможность отметить на фотографии или видео человека, с помощью специального инструмента, и т.д.

В 2011 году АКУНБ им. В. Я. Шишкова было создано свое представительство в социальной сети «ВКонтакте»

(<http://vk.com/akunb>). С помощью этого социального сервиса пользователи краевой библиотеки имеют возможность общаться друг с другом; комментировать текущих новостей; просматривать видео-, фото- отчеты о мероприятиях библиотеки (например, творческие вечера Литературного клуба), знакомится с творчеством знаменитых людей Алтая (презентация 2-х томника В. Золотухина, презентация проекта «Литературное достояние Алтая» и т. д.). Подписавшиеся пользователи получают уведомление о мероприятиях, проводимых в стенах библиотекой и за ее пределами. Наиболее активные и не равнодушные пользователи сайта размещают рекламный. Так, например, ролики текущей библиотечной жизни, о работе сотрудников библиотеки, проведении выставок, обзоров, тематических лекториев и т. д. Об актуальности и популярности сервиса указывает и статистика подписавшихся ВКонтакте (на январь 2014 г. – 470 человек).

Как положительной тенденцией можно отметить появление в июне 2012 года ВКонтакте страницы Ельцовской районной библиотеки (<http://vk.com/id176753123>). Межпоселенческая центральная библиотека Заринского района (<http://vk.com/id198540431>) и т. д.

С 15 мая 2012 года отделом краеведения АКУНБ им. В. Я. Шишкова было создано свое представительство в «ВКонтакте» – «Алтайское краеведение» (<http://vk.com/public38913333>). Страница знакомит пользователей с полезными ссылками об Алтайском крае (например, краеведы Алтая, культурная жизнь Барнаула, ЭРА. Краеведческий портал АКУНБ им. В. Я. Шишкова (<http://altlib.ru/>)). Также, представлена справочная информация о краевых и районных библиотек Алтайского края. На странице пользователи имеют возможность обсудить актуальные темы и проблемы современного краеведения, посмотреть фотоальбомы и фотоотчеты о текущих мероприятиях, проходящих в стенах библиотеки и многое другое. Данный ресурс нашел своего пользователя, так на сегодняшний день количество подписавшихся составило более 1180 человек.

Таким образом, среди положительных тенденций подписки на данный сервис можно отметить:

- возможность заявить о ресурсах и услугах краевой библиотеки огромнейшей аудитории пользователей;

- преодоление географической удаленности и языковых барьеров;

- наличие группы в социальной сети – это прямое, непринужденное, открытое общение с читателями, друзьями и партнерами библиотеки. Девиз группы АКУНБ ВКонтакте «Станьте к нам ближе, общайтесь с ними!»;

- оперативно отвечать на вопросы пользователей, проводить опросы, знакомить с новостями, узнавать мнение пользователей по поводу проходящих массовых мероприятий, акции или изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения;

- группа дает прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или событиях в жизни библиотеки и распространить эту информацию дальше «по цепочке»;

- создать имидж современной, технологичной библиотеки, способной заинтересовать современного пользователя, удовлетворить его потребности и интересы;

- активно и всесторонне рекламировать свои продукты и услуги, создать свой неповторимый образ, стиль, позиционировать себя как ведущего библиотечного учреждения Алтайского края.

Одной из крупнейших социальных сетей в Рунете являются проект «Одноклассники.ru». Это русскоязычная и украиноязычная социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников и общения с ними. Проект был запущен 4 марта 2006 года, его автором является российский веб-разработчик Альберт Попков.

В настоящее время на ресурсе зарегистрировано наибольшее количество пользователей, к числу которых, в том числе, относится Алтайская краевая детская библиотека им. Н. К. Крупской (<http://www.odnoklassniki.ru/group/>). В «Одноклассниках» созданы библиотечные группы, в которых библиотекари обсуждают свои общие профессиональные проблемы, делятся впечатлениями о конференциях, обсуждают последние новости в библиотечном мире, находится место и для юмора. Сущест-

вуют и группы, представляющие отдельные библиотеки, например, Хасавюртовская центральная городская библиотека.

В России за последний год «Фейсбук» показывает ошеломляющие темпы роста. Он активно осваивается российскими библиотеками, которые создают на нем свои страницы. Например, в их числе «Архангельская областная научная библиотека им. Н. А. Добролюбова», «Научно-методический отдел РГДБ», «Школьные библиотеки г. Новоуральска Свердловской области», «Ашукинская библиотека» (городская библиотека-филиал МИКПУ «ЦБС Пушкинского муниципального района Московской области»). Пока «Фейсбук» не конкурент «ВКонтакте» по охвату аудитории, но у нее есть своя ниша – это так называемые «early adopters» (те, кто первыми пробуют все новое).

На Фейсбуке можно создать библиотечную группу или страницу. Группы лучше использовать для организации краткосрочных нерегулярных событий, например, обсуждения или проведения мероприятия. Страницы больше подходят для долгосрочных проектов, например, представительства библиотек. Американские специалисты (из Social Networking Librarians) советуют размещать 10 вещей, которые можно поместить на страницу библиотеки в Фейсбук:

1. Фото библиотеки.
2. Видео о библиотеке или иное важное для библиотеки видео.
3. Календарь библиотечных событий.
4. Ленту rss – лента на библиотечный блог.
5. Контакты библиотеки.
6. Часы работы библиотеки.
7. Виджет – путеводитель по библиотеке.
8. Онлайн-опрос пользователей относительно услуг библиотеки.
9. Информацию о новых поступлениях в библиотеку.
10. Ссылки на популярные базы данных и другие электронные ресурсы библиотеки.

Необходимо отметить, что социальные сети, в настоящее время, объективно являются не только самым популярным социальным сетевым сервисом, но и в целом сервисом сети Ин-

тернет. Присутствие и активное развитие социальных медиа в библиотеках Алтайского края говорит об их включенности в мировое информационное веб-пространство.

Итак, библиотека хочет быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить особое внимание на социальные медиа и работу в них, так как они являются центром диалога с пользователями, которые сами решают, какой контент им интересен. Социальные медиа способствуют налаживанию контактов между людьми, помогают оперативно решать вопросы, заводить новые отношения, преодолевать географическую изоляцию. Здесь обе стороны взаимодействуют на равных правах. В этой среде могут быть равны и крупные мощные библиотеки, и библиотеки небольших городов и сел. Ведь библиотека – это не только книги, в первую очередь это – люди.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ НАПОЛНЕНИЮ, ВЕДЕНИЮ И УПРАВЛЕНИЮ КОНТЕНТОМ БИБЛИОТЕЧНОГО САЙТА

Первым этапом создания любого сайта, в том числе и сайта библиотеки, является проведение детального анализа информационных потребностей его потенциальных посетителей. Следует сразу принять за правило, что сайт создается именно для читателей, а не для самих библиотекарей, поэтому пользовательские интересы должны быть в первую очередь учтены при выработке общей структуры и стратегии контента наполнения виртуального ресурса.

На основе полученных результатов исследования авторами были сформулированы следующие общие требования, которым должны отвечать виртуальные представительства библиотек Алтайского края. Все они базируются на общих критериях для web-серверов, сформулированных и предложенных В. К. Степановым, И. Г. Крупневой, Ю. В. Потехиной, О. И. Алдохиной и другими специалистами – теоретиками.

1. Выработка **комплексных управленческих решения**. Руководству библиотеки совместно с администраторами сайтов необходимо планировать и выполнять ряд согласованных управленческих действий, т. е.:

- разрабатывать краткосрочную и долгосрочную стратегию развития контента сайта;
- планировать работу по информационной и технической поддержке сайта;
- постоянно изучение эффективности сайта с точки зрения пользователей;
- организовать обучение и повышение квалификации обеспечивающего персонала,
- осуществлять текущий мониторинг функционирования и развития контента;
- активно заниматься продвижением и рекламой сайта и др.

2. **Кадровая политика библиотеки**. Для того чтобы координировать работу сайта; постоянно изучать общемировые



и российские тенденции в вопросе сайтостроения и контента; контролировать информационное наполнение разделов и подразделов; их дизайнерское, художественное решение; анализировать потребности и запросы посетителей сайта; заниматься продвижением и популяризацией сайта в Интернете и т.д. в штате библиотеки необходимо выделение ставки контент – менеджера сайта.

**3. Глубина содержания** определяется объемом имеющейся информации, степенью ее детализации и, конечно же, ценностью. Естественно, все эти показатели должны стремиться к максимуму. Информативность библиотечных сайтов может быть достигнута путем размещения материалов, представляющих наибольший интерес для виртуальных посетителей, которыми потенциально становятся все пользователи Интернет. К таким источникам относятся, в первую очередь, электронный каталог и иные базы данных библиотеки, бюллетени новых поступлений, сведения о составе фондов и расписании работы отделов и филиалов, порядок записи, календарь текущих и планируемых событий (книжных выставок, массовых мероприятий, продаж списанной литературы и т.д.). При существовании доступа к электронному каталогу очень полезно привести его паспорт: с какого года отражается литература, какие виды изданий и на каких языках представлены, текущее количество записей, дата последнего обновления и т.п.

Содержание сервера можно значительно обогатить за счет размещения фонда выполненных справок, полнотекстовых сборников докладов проводимых библиотекой конференций и выпускаемых библиографических указателей, в том числе и каталогов книжных выставок. Для районных и сельских библиотек на «домашнюю страницу» сайта можно вывести такой элемент как «Книга недели», в котором давать анонсы наиболее примечательных изданий, поступивших в библиотеку за последнее время. Читатели должны иметь возможность высказать собственные мнения о прочитанной литературе, для чего имеет смысл организовать на сайте специальный форум.

Помимо собственно информации о библиотеке и ее ресурсах, весьма ценным является представление перечня ссылок на

наиболее богатые в информационном отношении источники с других серверов. Такие перечни могут носить как универсальный, так и тематический характер и в этом случае быть неким электронным аналогом книжных выставок, приуроченных к актуальной проблематике, знаменательным датам и событиям. Наличие подобных коллекций ссылок делает сервер притягательным для пользователей, ищущих в сети систематизированного и авторитетного знания. Например, уже сегодня в Интернет представлено большое количество электронных аналогов известных периодических изданий. Размещение на библиотечном сервере ссылок на них более чем уместно, при этом, для удобства читателей стоит предварительно систематизировать журналы по отраслям знания в соответствии с традиционной библиотечной классификацией. Крайне полезными для читателей будут также ссылки на рассмотренные ранее справочно-библиографические ресурсы Интернет и средства поиска информации.

В случае, если на других серверах региона не освещена в достаточной степени его история и современное состояние, задача библиотеки - подготовить такой обзор на основе собственной краеведческой коллекции. В данном случае уместно размещение иллюстраций с видами города, исторических справок, карт местности и т. д. Весьма эффективным является создание региональных справочников ресурсов Интернет, поскольку общероссийские рубрикаторы уже сейчас не в состоянии полностью отразить состав и содержание региональных сайтов. Формирование подобных справочников не только желательно, но и необходимо, а кроме того, библиотечные специалисты смогут с успехом проявить себя на новом поприще, в полной мере используя опыт в сфере выявления, систематизации и аннотирования материала в новых реалиях информационной деятельности.

Поскольку серверы открыты для посещения гостями из любой точки планеты, хорошим тоном считается наличие англоязычной версии, которая совсем не обязательно должна быть точной копией русскоязычных страниц. Англоязычный вариант может содержать общие сведения о библиотеке и, конечно же, наиболее подробные сведения об услугах, предоставляемых

удаленным пользователям (МБА, электронная доставка документов). Электронный каталог в этом случае обязательно должен иметь версию интерфейса на английском языке.

**4. Простота навигации** зависит от логичности схемы построения сервера, которая обычно имеет иерархическую структуру. Важно обеспечить посетителям возможность без труда двигаться от раздела к разделу, легко возвращаться назад или получить справку. Ключевое значение при этом имеет разработка «домашней» страницы, которая содержит самый общий перечень разделов сервера, его своеобразный «основной ряд». В зависимости от особенностей библиотеки каждого уровня (краевой, городской, районной и сельской) этот перечень будет различаться, однако следующие несколько разделов можно рекомендовать как обязательные:

- новости/календарь событий (анонсы предстоящих в библиотеке мероприятий и краткие отчеты о уже состоявшихся событиях);

- общие сведения о библиотеке (перечень отделов с указанием лиц для контактов, распорядок работы, правила записи, история библиотеки, банковские реквизиты);

- информационно-библиографические ресурсы (перечень и подробная характеристика имеющихся каталогов, картотек, баз данных на CD-ROM);

- сведения о фондах (состав книжного фонда, периодики, фонда аудиовизуальных документов и др.);

- перечень предоставляемых услуг (подробное указание всех бесплатных и платных услуг с указанием отделов и текущих расценок).

Названия разделов иногда полезно снабжать краткими комментариями, для того чтобы посетитель не гадал, за какой из ссылок помещены сведения о планируемых книжных выставках, где доступ к бюллетеню новых поступлений, а где правила заказа литературы по межбиблиотечному абонементу и ЭДД. Ссылки на наиболее ценные источники, например, на электронный каталог, целесообразно разместить и дополнительно выделить на «домашней» странице. Это же относится и к крупным массо-

вым мероприятиям, анонс которых стоит делать все более заметным по мере их приближения.

Непосредственно к функциям, обеспечивающим навигацию по сайту, относятся «Карта сайта» и «Поиск по сайту». «Карта» представляет собой полную иерархическую схему всех разделов сервера. С ее помощью пользователь может легко определить, в каком из разделов помещается интересующая его информация. «Поиск» – более сложная функция, реализация которой требует участия технических специалистов. Это, по сути, значительно уменьшенный аналог поисковых систем Интернет, с помощью которых осуществляется разыскание документов по ключевым словам в пределах данного сервера. Использование инструмента «поиска по сайту» не только целесообразно, но и необходимо в случаях, когда объем сервера измеряется тысячами документов.

Логичность построения сайта подчеркивается правильным заполнением метки <TITLE> (заголовок, титул), внутри которой указывается название конкретной страницы сервера. Эта метка должна отражать содержание именно данной страницы, а не просто включать наименование библиотеки. Оптимальным является сочетание как названия библиотеки (в этом случае можно ограничиться и аббревиатурой – например, АКУНБ им. В. Я. Шишкова), так и заглавия документа (например, «О библиотеке», «Ресурсы», «Краеведение Алтайского края» и т.п.).

Обязательным правилом считается размещение на «домашней» странице ссылки на электронный почтовый адрес библиотеки для того, чтобы посетители могли без труда высказать свои пожелания или задать вопросы.

**1. Стабильность информационного наполнения** определяется постоянством представленной информации. Пользователи должны быть уверены, что найдут интересующие их сведения, при любых технических и структурных реорганизациях. Даже утратившие острую актуальность материалы, например, доклады позапрошлогодней конференции или материалы завершившейся выставки, следует не удалять, а переводить в архивную часть сайта. Это обеспечит необходимую информаци-

онную прочность сервера, которая с годами будет лишь повышаться. Полностью освободиться имеет смысл лишь от страниц временного характера, например, посвященных завершившемуся месячнику продажи списанных изданий из фондов библиотеки.

**2. Оперативность обновления данных** обеспечивает постоянное поддержание сайта в актуальном состоянии. Известно, что в сети требования к актуализации информации намного выше, нежели требования к обновлению печатных изданий. Большое значение имеет как регулярное пополнение электронного каталога новыми массивами библиографических записей, или публикация бюллетеней новых поступлений, так и своевременное размещение информации о грядущих и текущих событиях библиотечной жизни. Так же оперативно должно проводиться обновление ссылок на внешние ресурсы, дабы не допускать устаревания информации. Регулярное обновление и пополнение сведений как ничто другое способствуют сохранению интереса к серверу у его постоянных посетителей и, соответственно, повышают его популярность. Следует постоянно помнить одно из правил, выработанное цифровым сообществом: устаревшее наполнение сайта часто производит худшее впечатление, чем даже его отсутствие.

**3. Доступность страниц для пользователей** складывается из нескольких факторов, главным из которых является техническая «устойчивость» web-сервера, что составляет заботу штата системных администраторов. Однако на доступность информации может повлиять и оформление страниц. Злоупотребление иллюстративными материалами, аудио- и видеотрекками, которые «весят» намного больше обычного текста, может ощутимо снизить скорость передачи данных и, таким образом, в значительной степени затруднит или сделает совершенно невозможным их использование. Об этом надо постоянно помнить и применять графику, а тем более звук и видео, в разумных пределах.

**4. Единство дизайна всех разделов.** Внешнее оформление web-страниц не имеет кардинального значения, хотя смотреть на изысканный фон и со вкусом сделанную анимацию, конечно,

приятнее, чем на тоскливо-серые страницы. Естественным требованием является единообразный стиль оформления всего сервера. В данном случае хорошей школой может стать просмотр как можно большего количества библиотечных серверов и выработка на этой основе собственных эстетических критериев. Особо понравившиеся страницы можно, использовать в виде шаблона, оставив неизменным оформление и заменив заголовки и текст.

Современные браузеры позволяют без труда сохранять на своем компьютере любые изображения, включая анимационные. Существуют также специальные сервера, содержащие бесплатные средства для украшения web-страниц. Важно лишь следить, чтобы позаимствованные объекты не представляли чью-либо собственность и, соответственно, не находились под защитой авторского права.

Следует всегда помнить, что изысканный внешний вид сайта не самоцель, и хорош только тот дизайн, который работает на содержание.

После создания или обновления страниц и перед загрузкой страниц непосредственно на сервер необходимо произвести проверку текста на наличие орфографических ошибок. Обновление материала на сайте происходит очень динамично и, конечно, далеко не всегда хватает времени на внимательную вычитку размещаемых материалов. Однако стоит взять за правило, что текст, не прошедший проверку на правописание с помощью специального модуля текстового редактора, не может быть отправлен на сайт. Даже после этих проверок тексты нередко содержат грамматические и синтаксические ошибки, однако их число не столь велико, как если бы материалы загружались сразу по мере их создания. Особенность электронного текста такова, что ошибки на мониторе компьютера трудно различимы, и поэтому многие из источников Интернет изобилуют многочисленными ошибками.

В настоящее время большинство сайтов библиотек делается «вручную» - каждая страница создается отдельно. Это весьма трудоемкий процесс, поэтому появляется все большее число программных продуктов, создатели которых стремятся макси-

мально упростить эту работу. Типичным примером является программный пакет Microsoft Office, в котором реализована возможность одновременно с созданием бумажной копии (а можно и без оной) готовить и размещать на сайте ее электронный аналог без какого-либо знания HTML. Эта функция предусмотрена в текстовом редакторе Word, текстовом редакторе Excel и программе создания презентаций PowerPoint.

Со временем ручная технология все более будет вытесняться специальным программным обеспечением для управления содержанием web-серверов. Эти программы, получившие название CMS (Content Management System - система управления контентом), призваны обеспечить эффективное управление информационным наполнением корпоративных сайтов, в том числе

и библиотечных. В настоящее время на рынке программных продуктов существуют сотни видов систем управления контентом. В Приложении 2 представлены 10 наиболее популярных CMS. Использование программ CMS позволяет исключить постоянную зависимость от технических специалистов при создании достаточно сложных приложений, включая постоянное обновление новостного раздела, обмен данными с другими серверами, пополнение электронного каталога и других подобных операций, не говоря уже о «простом» создании или изменении содержания web-страниц.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные информационные технологии и ресурсы занимают все более прочное место в мире. Библиотечный сайт, как продукт таких технологий, – необходимость нашего времени. Как виртуальное представительство сайт содержит сведения по истории и структуре библиотеки, нормативные документы, контактную информацию о сотрудниках и партнерах, планы, анонсы мероприятий, новости, отчеты.

В результате сравнения и обобщения опыта структурирования информации на сайтах библиотек было построено 4 модели типовой структуры контента «домашней» страницы официального сайта краевой библиотеки, муниципальные городские библиотеки, муниципальные межпоселенческие районные библиотеки, сельские библиотеки Алтайского края. Предложенные модели информационной структуры сайта позволяют упорядочить информацию на сайте, а также определить состояние и перспективы развития информационно-библиотечных ресурсов в веб-среде. Данные модели позволяют описать возможные комбинации основных элементов информационной структуры и оптимально их упорядочить, закономерно выстроить и принять приемлемую систему взаимосвязей. Практическое внедрение типовых моделей контента сайта муниципальными библиотеками Алтайского края позволит комплексно раскрыть ресурсы, услуги и сервисы библиотеки; объединить традиционное книжное содержание библиотечной деятельности и высокую степень владения современными программными средствами, телекоммуникационными технологиями; укрепить имидж и престиж библиотеки; повысить авторитет и привлекательность библиотеки для пользователей; доказать способность жить и работать в новом технологизированном мире, и как следствие, быть востребованными и популярными, способными найти свое место в культурной, информационной и образовательной сфере интересов пользователей библиотеки. Именно с помощью сайта можно создать образ своей библиотеки как «гостеприимного и богатого ресурсного центра», способного активно функционировать в цифровой пользовательской среде.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Library.ru - информационно-справочный портал при поддержке Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : <http://www.library.ru/>. – Загл. с экрана.

2. Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем. Рекомендации [Текст] / под ред. рабочей группы проекта MINERVA ЕС «Качество, доступность и удобство работы»; Центр ПИК при финансовой поддержке Министерства культуры Российской Федерации; пер. с англ. Е. Малявская, ред. пер. Н. Браккер, Л. Куйбышев. – Б. г. : MINERVA ЕС Project, 2008. – 201 с.

3. Ефимова, Е. А. «Библиотека 2.0»: 2. продолжаем разговор [Электронный ресурс] // Современная библиотека. – 2010. – № 1. – Режим доступа: URL : <http://rusu-library.blogspot.com/2010/04/20.html>. – Загл. с экрана.

4. Ефимова, К. Блог как инструмент библиотечного маркетинга: зачем и как использовать блоги для продвижения библиотечных сервисов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL : <http://uraledu.ru/node/26597>. – Загл. с экрана.

5. Жабко, Е. Д. Среда электронных библиотек: новые возможности повышения социальной активности пользователей [Текст] / Е. Д. Жабко // Вестн. санкт-петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 1. – С. 105-108.

6. Методика создания типового информационного образа учреждений культуры [Электронный ресурс] / Научно-исследовательский институт информационных технологий социальной сферы Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – Режим доступа : URL:[http://www.nii.kemguki.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=104:2010-09-27-03-21-18&catid=13&Itemid=103](http://www.nii.kemguki.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=104:2010-09-27-03-21-18&catid=13&Itemid=103). – Загл. с экрана.

7. Плешакова, М. А. Невербальная коммуникация в электронной среде: к вопросу о ее использовании на сайтах библиотек [Текст] / М. А. Плешакова // Библиосфера. – 2010. – № 1. – С. 28-33.

8. Потехина, Ю. В. Управление официальным сайтом библиотеки как предмет научных исследований: постановка проблемы [Текст] / Ю. В. Потехина // Библиосфера. – 2011. – № 4. – С. 85-89.

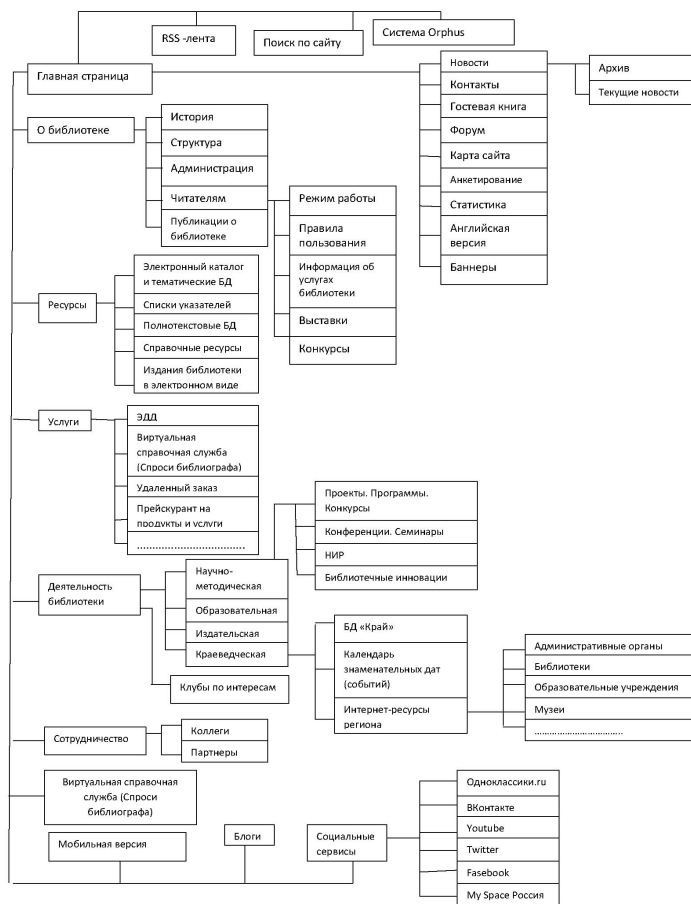
9. Федоров, А. О. Нужен ли библиотечный блог? От любителей - к профессионалам [Текст] / Федоров А. О. // Библиотечное дело. – 2011. – № 8. – С. 9-11.

10. Хост [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Хост>. – Загл. с экрана.

## МОДЕЛИ ТИПОВОЙ СТРУКТУРЫ КОНТЕНТА «ДОМАШНЕЙ» СТРАНИЦЫ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА БИБЛИОТЕКИ

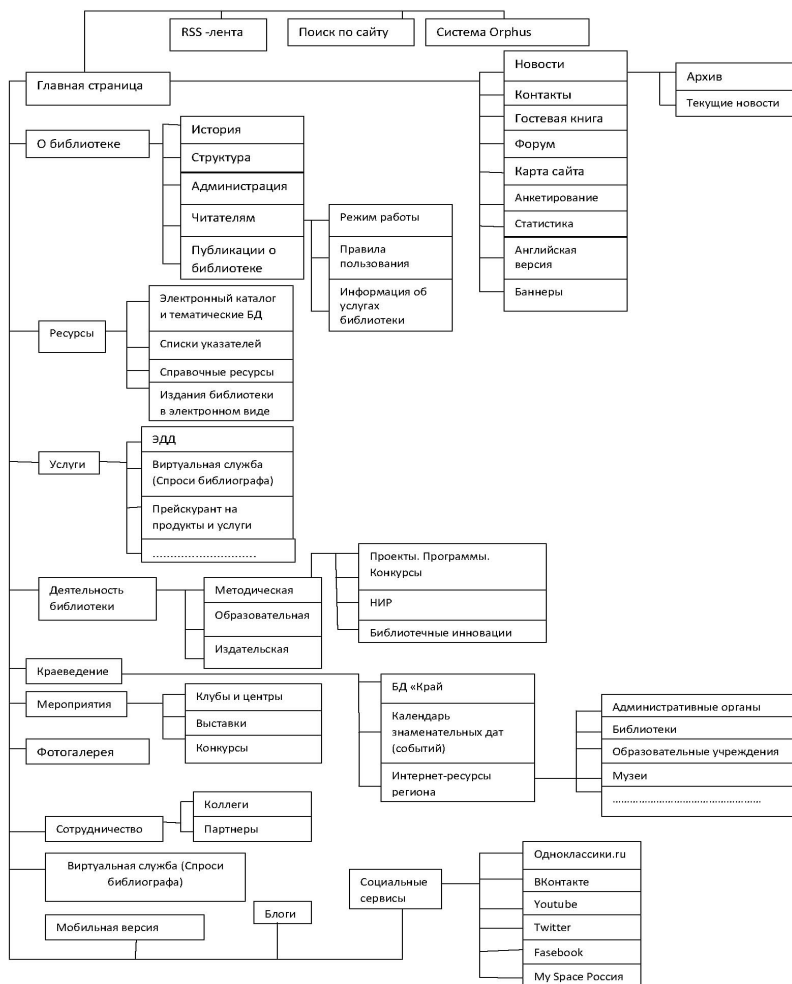
### Модель 1

Структура контента «домашней» страницы официального сайта  
краевой библиотеки Алтайского края



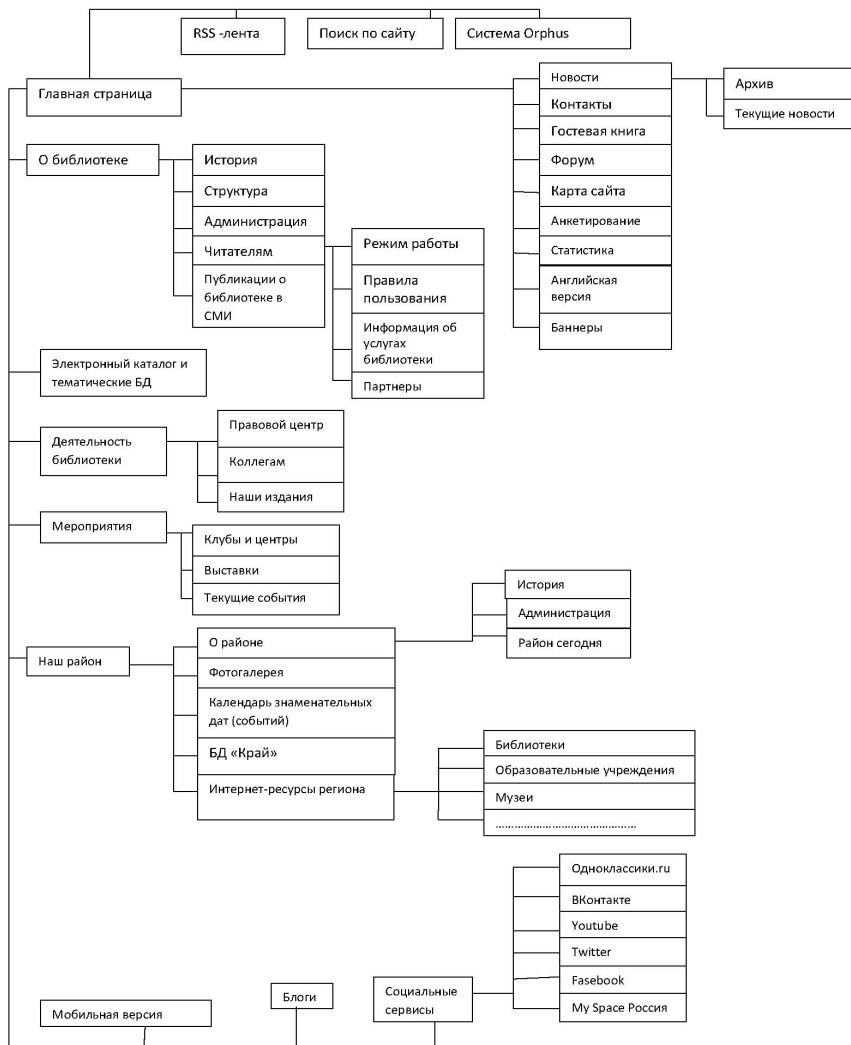
## Модель 2

Структура контента «домашней» страницы официального сайта муниципальной городской библиотеки Алтайского края.



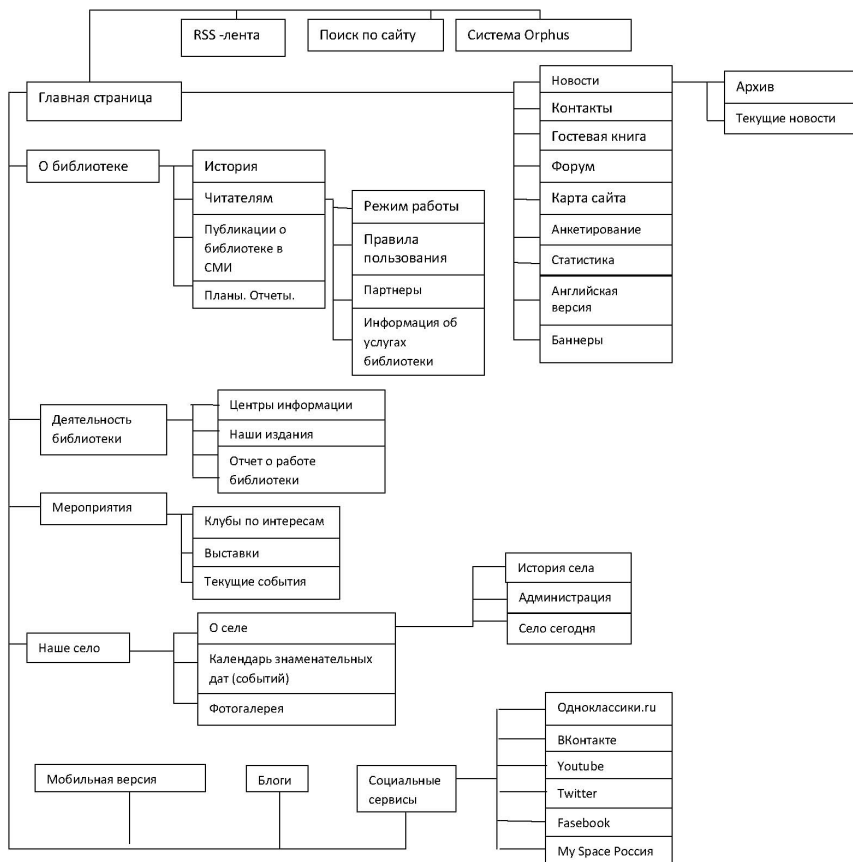
### Модель 3

Структура контента «домашней» страницы официального сайта муниципальной межпоселенческой районной библиотеки Алтайского края.



## Модель 4

Структуры контента «домашней» страницы официального сайта сельской библиотеки Алтайского края.



## ВИДЫ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ.

1. **Joomla** – один из самых знаменитых движков во всем мире. Бесплатная, легкая в установке и освоении CMS, набор функций и возможностей которой впечатляет. Официальный сайт в России – [joomlaportal.ru](http://joomlaportal.ru)

2. **Wordpress** – популярная бесплатная CMS для создания блогов (хотя можно сделать и сайт). Официальный сайт в России - [mywordpress.ru](http://mywordpress.ru);

3. **Drupal** – бесплатная система управления контентом для создания сайтов и веб-приложений. Недостатком данной CMS является то, что не каждый сможет в ней быстро разобраться. Drupal один из самых сложных движков, зато у него масса дополнений, расширений, плагинов и шаблонов. Официальный сайт в России – <http://drupal.ru>;

4. **Php-fusion** - бесплатная CMS с открытым исходным кодом, в которой сразу идёт встроенный форум (отключается в случае необходимости). Официальный сайт в России – <http://rus-phpfusion.com>;

5. **Slaed** – свободная в распространении система управления контентом. Официальный сайт в России - <http://www.slaed.net/>;

6. **Phpbb** – бесплатный движок для форума. Очень много шаблонов и дополнительных расширений. Официальный сайт в России - <http://www.phpbbguru.net/>;

7. **DataLife Engine** – русская новостная CMS, которая отлично подходит для создания сайтов и блогов. Есть две версии данного движка – платная, стоящая 59\$ и бесплатная с большими ограничениями (исходный код закрыт, нельзя публиковать больше 100 новостей и 200 комментариев). Официальный сайт - <http://dle-news.ru>

8. **Php-nuke** – движок со встроенным форумом и требует денег за использование. Официальный сайт в России <http://rus-phpnuke.com>.

9. **VBulletin (VB)** – платная система управления контентом для форума. Официальный английский сайт - <http://www.vbulletin.com/>.

10. **Invision Power Board (IPB)** – коммерческая CMS для форумов. Официальный сайт - <http://ibresource.ru/>.

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВЕДЕНИЯ КОНТЕНТА САЙТА БИБЛИОТЕКИ**

Методические рекомендации  
для муниципальных библиотек Алтайского края

Составитель:  
Терентьева Елена Михайловна

Выпускающий редактор  
М. Н. Потупчик

Ответственный за выпуск  
Т. И. Егорова

Корректор Н. В. Каркавина

Подписано в печать 19.03.2014. Формат 60x84 1/16.  
Тираж 70 экз. Заказ № 644

КГБУ «Алтайская краевая универсальная научная библиотека  
им. В. Я. Шишкова».  
656038, г. Барнаул, ул. Молодежная, 5.

Отпечатано в РИО АКУНБ. 656038, г. Барнаул, ул. Молодежная, 5