



Удобный и информативный сайт в сети Интернет стал одним из важных показателей успешной деятельности военного учреждения культуры, уровня его работы с посетителями, качества предоставляемых им услуг.

**Ответственный за выпуск:**  
начальник методического отдела  
заслуженный работник культуры РФ  
Хробостов Д.В.

**Составители:**  
ведущий методист  
Федосеев А.Н.,

начальник группы взаимодействия  
с военными учреждениями культуры  
Рынзина Л.С.,

методист группы методики культурно-досуговой работы  
Капанина М.Н.

**Компьютерная обработка материала:**  
Федосеев А.Н.

**Отзывы и предложения просим направлять по адресу:**  
129110, Москва, Суворовская пл., дом 2  
Центральный Дом Российской Армии имени М.В. Фрунзе  
Методический отдел  
Контактные телефоны: 8 (495) 681-56-17, 8 (495) 681-66-09

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Какие задачи может решать сайт?
2. Какие типы сайтов можно выделить?
3. Основные понятия, определения и сокращения.
4. Правовые основы создания сайтов учреждений культуры.
5. Какую информацию учреждение обязано разместить на сайте.
6. Как создать сайт военного учреждения культуры: алгоритм.
7. Интеграция социальных сетей с сайтом.
8. Поддержка и продвижение сайта.
9. Аналитика, статистика сайта и социальных сетей.
10. Веб-сайт учреждения культуры готов: что дальше?

Приложение:

Чек-лист. Информация о деятельности учреждения культуры на сайте.

Чек-лист. Обязательная информация на сайте учреждения культуры.

## 1. КАКИЕ ЗАДАЧИ МОЖЕТ РЕШАТЬ САЙТ?

Чтобы сайт стал инструментом эффективной работы, определитесь, какие задачи вы хотите решить с помощью сайта. От этого будет зависеть цена создания сайта.

Военные учреждения культуры (далее – ВУК) используют свои сайты как афиши событий, электронные каталоги коллекций, образовательные ресурсы, средство работы с людьми с ограниченными возможностями, медиалпоралы и т.п. В связи с такой многофункциональностью сайта очень важно с самого начала работы над ним иметь четкие представления об этапах проектирования, обязательной для размещения информации, точках внимания в составлении задач разработчикам, дальнейших направлениях развития и продвижения.

Сайт учреждения должен решать, как минимум, четыре задачи:

- предоставление официальной информации об учреждении;
- размещение анонсов мероприятий;
- размещение онлайн услуг: электронный каталог, цифровые копии книг, продажа билетов и т.д.;
- популяризация деятельности ВУК.

Задача популяризации приобретает сегодня, пожалуй, новое звучание. Мы наблюдаем тенденцию среди посетителей учреждений культуры, что спрос на информацию о культуре, науке растёт и мы, как учреждение культуры, можем предоставить им такие возможности.

Дом офицеров всегда сможет сделать свой сайт не просто местом, где есть информация о часах работы, которая редко меняется, но и сайтом, который будет притягивать к себе людей, потому что там будет появляться интересный и нужный для них контент.

## 2. КАКИЕ ТИПЫ САЙТОВ МОЖНО ВЫДЕЛИТЬ?

Прежде чем приступать к непосредственной работе над сайтом, необходимо определить, какой тип интернет-ресурса нужен ВУК и по какому адресу.

Среди открытых интернет-сайтов можно выделить несколько основных типов, подходящих для основного сайта ВУК (остальные, типа форума, магазина, каталога и т.д. здесь не рассматриваются):

- **Сайт-визитка** – состоит из нескольких страниц с достаточно простым дизайном, наполненных базовой информацией, главное достоинство которой – ее актуальность.
- **Промо-сайт** – скорее рекламный сайт, созданный для продвижения услуг и получения высоких рейтингов посещаемости, оптимизированный под поисковые системы, с ярким дизайном и небольшим содержанием. Чаще всего, не основной сайт учреждения, но бывают исключения.
- **Информационный сайт** – самый распространенный вид серьезного интернет-ресурса, состоящего из нескольких крупных разделов, в которых сгруппирована информация. Основная его задача – дать максимум

информации для всех категорий посетителей сайта. Основная проблема – ее итоговая избыточность и сложность восприятия научных текстов специалистов ВУК простыми посетителями.

- **Тематический сайт** – всегда дополняет основной, посвящен отдельной выставке, коллекции, проекту, должен иметь перекрестные ссылки с главным сайтом, но при этом – отдельные счетчики посещаемости и стратегию продвижения.
- **Интернет-портал** – широкое понятие, обозначающее и систему сайтов одного заказчика, и крупный сайт с большим объемом информации, и сайт-агрегатор ссылок на другие ресурсы по теме. В целом для ВУК такой вид – редкий.

### 3. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

*Сайт* – последовательный набор взаимосвязанных ресурсов Сети (например, веб-страниц или веб-сервисов), который размещен на одном или нескольких компьютерах, подключенных к сети Интернет, и к нему можно обычно обращаться через совокупность спецификаций того же домена URL (источник – п. 3.33 ГОСТ Р ИСО 9241-151-2014).

*Официальный сайт (интернет-сайт)* – сайт в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – сеть Интернет), содержащий информацию о деятельности учреждения, электронный адрес которого включает доменное имя, права на которое принадлежат учреждению.

*Портал (интернет-портал)* – это крупный сайт (или система сайтов), содержащий большой объем информации и гиперссылок перехода на нее (как на этом ресурсе, так и на сторонних), множество веб-сервисов и форм взаимодействия с посетителями и максимально простую навигацию.

*Контент* – содержимое, информационное наполнение.

*Интерфейс* – совокупность средств и методов, при помощи которых пользователь взаимодействует с сайтом в сети Интернет.

#### **Список сокращений**

ИТ – информационные технологии

БД – база данных

ПО – программное обеспечение

ЛК – личный кабинет

CMS (Content Management System) – система управления содержанием (сайта)

HTML (HyperText Markup Language) – «язык гипертекстовой разметки», стандартизированный язык разметки документов в сети Интернет, интерпретируемый браузером.

Капча (от CAPTCHA – англ. Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart – полностью автоматизированный публичный тест Тьюринга для различения компьютеров и людей) – компьютерный тест, используемый для того, чтобы определить, кем является пользователь системы: человеком или компьютером.



## Доменные имена

Чтобы сайт учреждения стал доступен в Интернете, необходимо дать ему имя в сети (**доменное имя**) и «прописать» его в определенном месте (на сервере), куда это имя будет обращаться. Существует несколько способов сделать это:

- приобрести от имени учреждения доменное имя (или несколько имен) вида domoficerov.ru и отдельный хостинг. Этот вариант рекомендуется как основной, чтобы у ВУК был собственный адрес и им управляемый сайт. Доменное имя часто становится частью бренда ВУК, а собственный хостинг позволяет вести независимую разработку сайта. Но он же – самый затратный и трудоемкий.

- договориться о размещении сайта на уже существующем доменном имени, например: как раздел на общекультурном портале региона или вышестоящей организации в формате доменного имени третьего уровня (субдомена) вида museumname.region.ru.

Доменное имя – это имя сайта, являющееся одновременно его адресом в сети, или, техническим языком, символьное имя, помогающее находить адреса интернет-серверов в составе вышестоящей по иерархии зоны (домена). Доменные имена дают возможность адресации интернет-узлов и расположенных на них сетевых ресурсов (веб-сайтов, серверов электронной почты, других служб) в удобной для человека форме.

Домены приобретаются у аккредитованных национальных регистраторов, чаще всего одновременно с хостингом, чтобы было удобнее ими управлять. Одно учреждение может приобрести несколько доменных имен по своему выбору, и направить их на один сайт.

Для российских учреждений культуры основными доменными зонами, в которых приобретаются имена, являются .RU и .РФ (кириллические имена). Далее, в зависимости от потенциальной аудитории сайта, можно приобрести имена в других доменных зонах:

- .SU или .INFO – если очень нужно ВУК доменное имя в зоне .RU уже занято,
- .ORG – если планируется обширная зарубежная (европейская и американская) аудитория,
- .ART – специально созданная доменная зона для учреждений культуры и искусства, творческих объединений и профессионалов, аукционных домов, издательств, коллекционеров и бизнес-решений в этой области, а также для образовательных учреждений в сфере искусства,
- дети, .NET, .PRO, .ME – другие тематические доменные зоны, список которых постоянно расширяется. С полным списком можно ознакомиться при выборе доменного имени у национального регистратора.

Выбранное доменное имя проверяется через сайт регистратора на существование уже занятого в разных доменных зонах. И свободный можно сразу приобрести через Личный кабинет на сайте регистратора. Если доменное имя занято, можно попробовать связаться с его владельцем и договориться о перекупке с переоформлением на учреждение.

Стандарт протокола для разработки сайта - https, к домену должен быть подключен SSL-сертификат, обеспечивающий шифрование данных.

**Хостинг** – это место, где физически расположен сайт учреждения, его «дом», или, техническим языком, место на сервере, собственном или арендованном у компании-хостера. Именно сюда будет обращаться доменное имя, чтобы отобразить сайт в браузере.

Различают несколько основных типов хостинга:

- виртуальный хостинг – оплаченное место на сервере хостера, где находится сайт учреждения, и еще несколько сайтов других клиентов хостера. Является самым бюджетным вариантом размещения, подходит для начинающих разработчиков, не имеющих навыков администрирования серверов – то есть большинства ВУК, кроме самых крупных. Доступ к настройкам самого сервера имеет только техническая поддержка хостинга, в которую клиенты пишут заявки на обслуживание и устранение неполадок. Средняя стоимость (в зависимости от тарифа) – от 1000 руб. до 4500 руб. Премиум-тариф обойдется в 2-3 раза дороже самого дорогого тарифа, но предоставляет больше свободного места, высокую скорость работы и быструю техническую поддержку.
- виртуальный сервер (Linux или Windows VPS) – выделенный только для одного клиента виртуальный сервер, при этом на физическом сервере хостера могут находиться несколько таких виртуальных серверов. Требует администрирования со стороны клиента, но дает больше возможностей для настроек. Стоимость – в 10-15 раз дороже, чем виртуальный хостинг, и в 2-3 раза дороже, чем премиум виртуальный хостинг.
- выделенный сервер VDS (на основе SSD или на SATA HDD) – выделенная серверная стойка (оборудование) в дата-центре хостера для одного клиента, на котором только он располагает свои сайты. Требует администрирования со стороны клиента, но дает максимум возможностей для настроек. Стоимость – в 2-5 раз дороже, чем виртуальный сервер, цифра сильно зависит от типа используемых жестких дисков и их объема.
- собственный сервер – это сервер учреждения, который находится на его территории, им администрируется, и вся ответственность за сохранность информации и работу сервера лежит на учреждении. Требует покупки оборудования и наличия квалифицированного системного администратора.

При выборе хостинга следует обратить внимание на авторитет компании и ее надежность, удобство и простоту использования хостинга, скорость работы, возможности развития ресурса, работу службы технической поддержки, пакеты услуг и тарифы.

**Важно!** Приобретение доменных имен и хостинга должно осуществляться только от **ВУК, как юридического лица**. Учреждение регистрируется на сайте выбранного хостера (или регистратора) и приобретает доменное имя и хостинг, или предоставляет доступ к ЛК подрядной организации для приобретения, если оно включено в договор разработки сайта. Всегда владельцем доменного имени и хостинга должно быть учреждение во избежание дальнейших спорных ситуаций с

разработчиками и утери контроля над уже созданным сайтом и известным доменным именем!

#### **4. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ САЙТОВ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ**

**Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».**

Основы государственной культурной политики определяют, что «информационная среда» – совокупность средств массовой информации, радио- и телевидение, информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет», распространяемые с их помощью текстовые и визуальные материалы, информация, а также созданные и создаваемые цифровые архивы, библиотеки.

Одна из задач – это обеспечение доступа граждан к знаниям, информации, культурным ценностям и благам.

**Федеральный закон от 21 июля 2014 года № 256-ФЗ** в статье 1 дополняет раздел IV Закона от 09.10.1992 № 3612-1 «**Основы законодательства Российской Федерации о культуре**» статьями:

36.1 «Независимая оценка качества оказания услуг организациями культуры».

Сайт ВУК является одним из способов предоставления услуг населению. А независимая оценка качества оказания услуг организациями культуры предусматривает оценку условий оказания услуг по таким общим критериям, как: открытость и доступность информации об организации культуры; комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения; время ожидания предоставления услуги; доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации культуры; удовлетворенность качеством оказания услуг.

36.2 «Информационная открытость организаций культуры».

Информационная открытость организаций культуры согласно статье 36.2 достигается путем создания официального сайта учреждения культуры и размещения на нем обязательной информации.

**ГОСТ Р 52872-2012 «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению»**, введенный в 2012 году, дает исчерпывающие рекомендации по созданию версии сайта для слабовидящих.

**Федеральным законом от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов»** руководствуются, когда учреждениям рекомендуется размещать на своих сайтах официальную информацию о порядке обеспечения доступности для инвалидов объектов и услуг, наличии сертификации уровня доступности, а также адаптировать сам сайт для использования лицами с нарушениями зрения.

**Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2013 г. № 426-ФЗ «О специальной оценке условий труда»** в статье 15. Результаты



проведения специальной оценки условий труда, в п. 6. устанавливает, что Работодатель с учетом требований законодательства Российской Федерации о персональных данных и законодательства Российской Федерации о государственной и об иной охраняемой законом тайне организует размещение на своем официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при наличии такого сайта) сводных данных о результатах проведения специальной оценки условий труда в части установления классов (подклассов) условий труда на рабочих местах и перечня мероприятий по улучшению условий и охраны труда работников, на рабочих местах которых проводилась специальная оценка условий труда, в срок не позднее чем в течение тридцати календарных дней со дня утверждения отчета о проведении специальной оценки условий труда.

Размещение информации о противодействии коррупции регулирует **Приказ Минтруда России №530н от 7 октября 2013 г. «О требованиях к размещению и наполнению подразделов, посвященных вопросам противодействия коррупции, официальных сайтов федеральных государственных органов, Центрального банка Российской Федерации, Пенсионного фонда Российской Федерации, Фонда социального страхования Российской Федерации, Федерального фонда обязательного медицинского страхования, государственных корпораций (компаний), иных организаций, созданных на основании федеральных законов, и требованиях к должностям, замещение которых влечет за собой размещение сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера».**

В нем установлены четкие требования к обязательному подразделу **«Противодействие коррупции»** на сайтах учреждений:

- гиперссылка на подраздел размещается на главной странице, доступ в 1 клик,
- регламентированы структура и содержание подраздела; описанные в статьях 6 – 28, в тех частях, которые относятся к учреждению культуры,
- гиперссылка, обеспечивающая доступ к подразделу «Сведения о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера» официального сайта Минобороны России, где размещаются сведения о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера руководителей, заместителей руководителей и главных бухгалтеров соответствующих подведомственных организаций, в соответствии со ст. 17.

**В Приказе Министерства культуры Российской Федерации от 22 ноября 2016 г. № 2542 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры»** можно выделить те показатели, по которым производится оценка с учетом сайта ВУК.

Открытость и доступность информации об организации культуры:

1. Наличие общей информации об организации культуры на официальном сайте организации культуры в сети «Интернет» в соответствии

с приказом Минкультуры России от 20.02.2015 № 277:

- наличие информации о деятельности организации культуры на официальном сайте организации культуры в сети «Интернет» в соответствии с приказом Минкультуры России от 20.02.2015 № 277;

- доступность и актуальность информации о деятельности организации культуры, размещенной на территории организации.

2. Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения:

- комфортность условий пребывания в организации культуры;
- наличие дополнительных услуг и доступность их получения;
- удобство пользования электронными сервисами, предоставляемыми организацией культуры (в том числе с помощью мобильных устройств);

- удобство графика работы организации культуры;
- доступность услуг для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Время ожидания предоставления услуги:

- соблюдение режима работы организацией культуры;
- соблюдение установленных (заявленных) сроков предоставления услуг организацией культуры.

4. Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации культуры:

- доброжелательность и вежливость персонала организации культуры;

- компетентность персонала организации культуры.

5. Удовлетворенность качеством оказания услуг:

- общая удовлетворенность качеством оказания услуг организацией культуры;

- удовлетворенность материально-техническим обеспечением организации культуры;

- удовлетворенность качеством и полнотой информации о деятельности организации культуры, размещенной на официальном сайте организации культуры в сети «Интернет»;

- удовлетворенность качеством и содержанием полиграфических материалов организации культуры.

Если на сайте предполагается наличие формы обратной связи с вводом данных отправителя, проведение опросов, анкетирование, оформление подписок, онлайн-покупки и иные сервисы, которые подразумевают передачу от посетителя персональных данных, следует учитывать требования **Федерального закона от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных»** (с изм. 29.07.2017 года) о том, что вся обработка данных должна происходить с согласия субъекта, и оператор, осуществляющий обработку данных, обязан не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия субъекта.

Также в организации должно быть назначено лицо, ответственное за

организацию обработки персональных данных, введена политика конфиденциальности и условия обработки персональных данных, и во всех формах сбора данных должна содержаться ссылка на ее текст, размещенный на сайте, и уведомление пользователя о том, что он принимает эту политику, используя эту форму или сервис.

Полный список требований к организации по сбору, обработке и защите персональных данных, а также ответственность за их неисполнение размещены в тексте Федерального закона.

**Федеральный закон от 01.12.2014 N 419-ФЗ** «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов», когда учреждениям рекомендуется размещать на своих сайтах официальную информацию о порядке обеспечения доступности для инвалидов объектов и услуг, наличии сертификации уровня доступности, а также адаптировать сам сайт для использования лицами с нарушениями зрения.

## **5. КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБЯЗАНО РАЗМЕСТИТЬ НА САЙТЕ**

Как уже было указано в разделе о нормативной базе, есть законодательно зафиксированная обязательная информация, которую необходимо разместить на официальном сайте ВУК. Если объединить эти требования, то получится следующий перечень:

Основная официальная информация об учреждении:

- полное и сокращенное название учреждения,
- дата создания, учредитель (-и),
- место нахождения, почтовый адрес, включая филиалы (при наличии), схема проезда,
- режим, график работы,
- контактные телефоны и адреса электронной почты;
- структура и органы управления, ФИО и должности руководящего состава ВУК, структурных подразделений и филиалов (при их наличии).

Документы:

- копия устава;
- учредительные документы;
- копии лицензий на осуществление деятельности, подлежащей лицензированию;
- копия плана финансово-хозяйственной деятельности или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг);
- информация о выполнении государственного / муниципального задания, отчет о результатах деятельности;
- копии нормативных правовых актов, устанавливающих цены (тарифы) на услуги либо порядок их установления, перечень оказываемых платных услуг, цены (тарифы) на услуги;
- противодействие коррупции;

- сводные данные о результатах проведения специальной оценки условий труда в части установления классов (подклассов) условий труда на рабочих местах и перечня мероприятий по улучшению условий и охраны труда (в течение 30 дней со дня утверждения отчета);
- информация о материально-техническом обеспечении предоставления услуг организацией культуры,
- результаты независимой оценки качества оказания услуг, план по улучшению качества работы организации;
- раздел для направления предложений по улучшению качества услуг организации (форма обратной связи).

Информация о проводимых мероприятиях:

- о предстоящих мероприятиях;
- виртуальные экскурсии по ВУК.

Информация, которая размещается, публикуется по решению организации культуры и ее учредителя.

Порядок оценки качества работы учреждения:

- баннер и виджет оценки качества с официального сайта <http://y7quality.mkrf.ru/>;

• желательно также обеспечить (влияет на оценку): сохранение возможности навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карты сайта. Время доступности информации с учетом перерывов в работе сайта. Наличие независимой системы учета посещений сайта и раскрытие этой информации. Наличие встроенной системы контекстного поиска по сайту. Бесплатность, доступность информации на сайте. Отсутствие нарушений отображения, форматирования или иных дефектов информации на сайте. Дата и время размещения информации.

Любое учреждение культуры предоставляет услуги. Значит, оно должно давать пользователям возможность выразить свое мнение о заведении. Это может быть баннер или ссылка, ведущие на [сайт системы оценки качества услуг](#).

Доступ к разделу «**Независимая оценка качества предоставления услуг**» должен быть обеспечен не более чем за два перехода по сайту с использованием меню навигации.

Оцениваются:

- доступность и правдивость информации;
- степень комфорта предоставления услуг;
- качество обслуживания сотрудниками;
- доступность услуг для инвалидов.

На странице эта ссылка выглядит так. В качестве примера возьмем веб- сайт Дома офицеров Самарского гарнизона:



## Оценка качества услуг учреждений культуры

Горячая линия +7 (965) 575-59-60  
ПН-ПТ 07:00-16:00 (МСК)ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА "ДОМ  
ОФИЦЕРОВ САМАРСКОГО ГАРНИЗОНА"  
МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Когда вам была предоставлена услуга? 12.02.2021

1. При посещении организации обращались ли Вы к информации о ее деятельности, размещенной на информационных стендах в помещениях организации?

- НЕТ  
 ДА.

2. Пользовались ли Вы официальным сайтом организации, чтобы получить информацию о ее деятельности?

3. Удовлетворены ли Вы комфортностью условий предоставления услуг в организации?

4. Имеете ли Вы (или лицо, представителем которого Вы являетесь) установленную группу инвалидности?

5. Удовлетворены ли Вы доброжелательностью и вежливостью работников организации, обеспечивающих первичный контакт с посетителями и информирование об услугах при непосредственном обращении в организацию (работники регистратуры, справочной, класса)?

6. Удовлетворены ли Вы доброжелательностью и вежливостью

## ОБ УЧРЕЖДЕНИИ

КРАТКОЕ НАИМЕНОВАНИЕ  
ФБГУ "ДОМ ОФИЦЕРОВ САМАРСКОГО  
ГАРНИЗОНА" МИНВОЕНМОРА РОССИИАДРЕС  
443010, Самарская обл., Самара г.,  
Штабскавичя ул., 7ИНН  
6315801911НАЧАЛЬНИК  
Назаренко Александр АлександровичТЕЛЕФОН  
8463328456-

## ТЕКУЩИЙ РЕЙТИНГ

91

максимальный балл: 100

27 лет

[Подробнее о методе расчета](#)

2015	2016	2017
0,100	0,100	0,160

Кроме этой информации, утвержденной для размещения на законодательном уровне, существует **общепринятая обязательная информация для сайта учреждения культуры, которую следует публиковать и поддерживать в актуальном состоянии:**

- представление основных направлений деятельности ВУК (выставки, просветительские мероприятия, работа с детьми, издательская деятельность и т.д.) в разной степени подробности:
  - общая информация о направлении (одна текстовая страница);
  - раздел с несколькими страницами с анонсами, расписаниями, списками;
  - отдельные разделы по каждому направлению с подробной проработкой внутренней структуры и наличием отдельных страниц предмета коллекции, выставки, издания, экскурсии и т.д.;
- исчерпывающая информация для посетителей (подробно описана в разделе «Информационная структура»);
- блоки, соответствующие современным «трендам» в области сайтостроения – медиа-контент (фото, видео, презентации, виртуальные экскурсии и туры и т.д.), интеграция с социальными сетями и сервисами, спецпроекты и т.д.;
- уникальный контент именно этого учреждения и сайта, которого нет ни у кого другого: специальный сервис для посетителей, проект года, серия тематических фильмов и т.д. Каждому ВУК есть чем гордиться, и это должно быть наилучшим образом представлено на сайте;
- служебные страницы: «ошибка 404» (запрашиваемой страницы не существует), поиск и результаты поиска, условия подписок и использований материалов, форма обратной связи и карта сайта.



## **Авторское право и договоры**

Во время формирования содержания сайта учреждения следует заранее позаботиться о соблюдении авторских прав привлекаемых специалистов и прав самого учреждения на результаты этого труда. Законодательно это регулируется **Гражданским кодексом Российской Федерации**, частью IV, разделом VII «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации». Также в рамках учреждения эти вопросы регулируются Уставом, Коллективным договором, внутренними приказами, регламентами и иными документами.

В целом следует придерживаться следующих общих правил в совместной работе над текстовым наполнением сайта учреждения:

- если сотрудники ВУК пишут текстовые материалы, необходимо указать их ФИО как авторов статей, в остальном взаимодействии руководствоваться указанными документами;
- если привлекаются сторонние специалисты, следует заключить с ними договор с обозначением прав автора и прав учреждения;
- если используемый на сайте текст готовится к публикации в научном издании (т.е. не был опубликован нигде ранее), можно поставить фрагмент или реферат.

На самом сайте ВУК следует обязательно создать страницу с текстом про условия использования материалов, изображений и медиа-контента с этого сайта, где юридически точно будут описаны все возможные варианты.

Не имеет смысла все запрещать и писать общую фразу типа «Использование материалов только с письменного согласия дирекции», так как в Интернете все равно пользователи будут копировать информацию с доступных им ресурсов. Лучше найти разумный компромисс – разрешить некоммерческое использование в установленных «Правилами» рамках: определенное количество текста (в знаках), качество изображений, наличие активной гиперссылки на сайт ВУК, указание на автора или владельца, сохранение значка копирайта. Все остальные формы использования, особенно приносящие коммерческую прибыль, должны обязательно регламентироваться договором с ВУК, в котором обозначены вопросы сохранения и передачи прав на использование.

ВУК является обладателем исключительных прав на все результаты своей деятельности, такие как: изображения интерьеров и помещений, произведений искусства, фотографий, документов и иных предметов из ВУК, а также на все изображения и текстовую информацию (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации), аудио-, видео- и мультимедийные материалы, размещенные на официальных сайтах ВУК.

### **6. КАК СОЗДАТЬ САЙТ ВУК: АЛГОРИТМ**

Разработка любого web-сайта – поэтапный процесс.

Сама же разработка сайта ВУК складывается из семи основных этапов.

#### **1. Разработка техзадания**

В ТЗ прописываются цели и задачи проекта, пожелания по дизайну, содержанию главной страницы, структуре. Помимо обязательной информации, продумываются те сведения, которые нужно донести потребителям услуг.

## **2. Создание дизайн-макета**

Сначала отрисовывается дизайн главной страницы. Рисуются главный баннер, продумываются блоки, которые важно вынести на первый план. Например, для сайтов музеев и театров на главной странице целесообразно вынести информацию о текущих выставках и спектаклях.

После того, как дизайн будет готов, его покажут заказчику. Ему нужно согласиться с макетом или внести свои правки. После окончательного согласования главной страницы, дизайнеры переходят к отрисовке внутренних страниц.

## **3. Верстка**

Когда дизайн готов, разработчики переходят к верстке. Дизайн переводится в html-код. При верстке сайтов используется блочный подход, без таблиц. Сначала верстается десктопная версия сайта, затем – мобильная.

Сайт подключается к CMS. Начинают работать меню, ссылки и формы обратной связи. По сути, это почти готовый проект.

## **4. Программирование**

Если на веб-портале предусмотрены сложные элементы (например, онлайн-покупка билетов), то при разработке сайта театра, дома культуры и пр. должен будет участвовать программист.

## **5. Размещение контента**

Вся информация на сайте должна пройти научную редактуру и корректуру. Тексты также проходят согласование внутри учреждения ответственными за это людьми.

Для многих работников учреждений культуры создать текстовые описания страниц не составит труда. При желании, написание материалов можно заказать у студии-разработчика, но при условии последующего согласования со стороны заказчика.

## **6. Тестирование сайта**

Когда все уже готово, проект тестируется на ошибки, которые сразу же исправляются.

Рассмотрим подробнее основные этапы создания сайта:

### **Разработка технического задания (далее – ТЗ).**

Этап подготовки ТЗ включает организацию рабочей группы от ВУК, формирование проекта сайта, календарного плана и бюджетной оценки проекта, запрос коммерческих предложений от потенциальных подрядчиков и оформление документации.

Рабочая группа создается распоряжением по ВУК и наделяется полномочиями утверждения решений по проекту, внесения изменений в структуру и содержание сайта, принятия решений о привлечении специалистов и научных кураторов для предоставления текстового и

иллюстративного материала.

Заседания рабочей группы фиксируются протоколами за точную дату.

ТЗ является не только отчетным документом, но и систематизирует видение будущего ресурса всеми участниками проектирования, позволяет максимально избежать дальнейших структурных изменений и помогает «не забыть» важные моменты. Документ оформляется как простой текст, должен быть принят рабочей группой и утвержден руководителем учреждения.

Проект сайта с информационной и навигационной структурой, типами данных, содержанием главной страницы, перечнем веб-сервисов и мультимедийных модулей необходимо включить в техническое задание в качестве приложения.

Типовая структура технического задания обычно включает следующие разделы:

- Описание, цели и задачи сайта, целевая аудитория.
- Обзор сайтов в сфере деятельности учреждения.
- Календарный план работ. Бюджетная оценка.
- Информационная структура сайта: основные разделы и их содержание.
- Навигационная структура: блоки основных и дополнительных меню, система переходов и возвратов, уровни вложения страниц.
- Содержание главной страницы.
- Типы основных данных и параметры их заполнения.
- Мультимедийные модули.
- Веб-службы и сервисы.
- Требования к программированию и верстке.
- Требования к дизайну интерфейсов
- Требования к системе управления содержанием (СМС)
- Требования к подготовке информационных материалов
- Доменные имена, хостинг. Авторские права.

### **Подробнее о разделах ТЗ**

#### **Описание, цели и задачи сайта, целевая аудитория**

Ответы на вопросы: какие особенности учреждения, зачем создается его сайт (первый или один из нескольких), какие задачи он будет выполнять, на какую аудиторию должен быть рассчитан.

#### **Обзор сайтов в сфере деятельности учреждения**

Необходимо определить, есть ли в сфере деятельности учреждения сайты, которые могут частично являться образцом для подражания в плане информационного наполнения или форм представления, и каковы их преимущества. Из этого списка можно сформировать основные идеи, которые требуется воплотить на новом сайте учреждения.

#### **Календарный план работ. Бюджетная оценка**

Планировать работы по созданию сайта удобнее в виде календарного плана, где представлены основные этапы работ, сроки их исполнения и

ответственные лица.

Примерный календарный план может выглядеть так:

Таблица 1. Календарный план работ

№ п/п	Этапы работ	Содержание работ	Ожидаемый результат	Ответственные	Сроки
1.	Подготовка Концепции сайта	Формирование общих требований к сайту			
2.		Разработка общей концепции сайта			
3.		Техническое задание			
4.	Разработка дизайна	Разработка эскизного сайта художественного оформления			
5.		Разработка общей концепции дизайна			
6.		Графическая верстка типовых страниц и активных элементов			
7.	Поставка, установка, настройка, формирование и обеспечение программных средств	Установка и настройка СМС по управлению разработкой и содержанием			
8.		HTML-верстка типовых страниц			
9.		Программирование основных запросов к БД СМС и вывода полученной информации согласно ТЗ и дизайн-макетам			
10.		Тестирование и отладка			
11.		Ввод в эксплуатацию			
12.	Информационное насыщение	Ввод текстовой информации			
13.		Обработка и ввод цифровых изображений			
14.		Создание мультимедийных модулей			
15.		Формирование системы перекрестных гипертекстовых ссылок			
		Редактура и корректура			
16.	Продвижение сайта в сети Интернет				
17.	Информационно-рекламное обеспечение сайта				

Чаще всего, бюджетная оценка проекта складывается на основе календарного плана и учитывает объем работ и срочность их исполнения. Также расчет бюджета проекта происходит на основе анализа структуры и наполнения будущего сайта.

#### **Информационная структура сайта**

Представляет собой логические разделы представляемой на сайте информации, в зависимости от профиля учреждения может сильно различаться. Можно выделить типовую информационную структуру, которая подходит для большинства ВУК:

## **О ВУК:**

- Общая информация
- История
- Руководство и администрация
- Структура учреждения
- Основные документы
- Направления деятельности
- Издания ВУК
- СМИ о ВУК
- Партнеры и спонсоры
- Вакансии
- Контакты

## **Посетителям информация:**

- Общая информация
- Карта и маршруты проезда
- Режим работы
- Стоимость билетов, льготные категории
- Правила посещения, правила фото / видеосъемки
- Для посетителей с маленькими детьми
- Для людей с ограниченными возможностями
- Камера хранения, питание, туалеты, наличие Wi-Fi

## **Экскурсионные и образовательные программы**

- Экскурсии, лекции, мастер-классы, интерактивные программы и т.д.
- Правила заказа, оплаты и проведения, условия отмены

## **Дополнительные услуги**

- Фотосессии, дни рождения, корпоративные мероприятия и т.д.
- Клубный магазин
- Аудиогиды
- Программа привилегий («Друзья ВУК»)
- Материалы для скачивания
- Общий буклет (на всех языках)
- ВУК – детям
- Афиша выставок на сезон
- Лекторий / Концерты сезона (при наличии)
- «ВУК за час / три часа / полдня»
- Стань другом ВУК (при наличии программы привилегий)

## **Афиша / События**

- Сегодня в ВУК (Текущие события)
- Скоро в ВУК (Афиша)
- Календарь событий (Спланировать визит)
- Рубрикатор событий (выставки, концерты, лекции, акции, новогодние праздники, школьные каникулы и т.д.)
- Архив событий

## **Помещения ВУК**

- Этажи



- Залы (со схемами и описаниями)

### **Новости**

- Последние новости
- Архив новостей
- Рубрикатор новостей

### **Медиа**

- Электронные коллекции
- Виртуальные туры
- Фотогалерея
- Видеогалерея
- Спецпроекты
- Онлайн-продажи
- Мобильные приложения

### **Служебные (вспомогательные) страницы и блоки**

- О проекте (краткая информация о создателях сайта)
- Поиск, расширенный поиск
- Группы в социальных сетях
- Форма обратной связи
- Карта сайта
- Подписка на новости (с условиями подписки)
- Правила использования материалов и изображений, размещенных на

сайте

- Страница не существует («Ошибка 404»).

### **Навигационная структура**

Представляет информационное содержание сайта, сгруппированное по пунктам меню и иерархии переходов. Выделяют типовые навигационные элементы:

- **«шапка» сайта** – верхняя (титовая) область сайта, обозначающая заглавие и границы области сайта. Доступна с любой страницы в основном или сокращенном виде;
- **главное (основное) меню** – наиболее кликабельное на сайте, представляет основные блоки информации. Доступно с любой страницы в основном или сокращенном виде;
- **боковое фиксированное меню («ушки»)** – раскрывающееся при наведении меню быстрого доступа, обычно сдвигающееся при прокрутке страниц сайта, чтобы всегда находиться в активной области. Доступно с любой страницы;
- **техническое (нижнее) меню** – расширенное главное меню с дополнительными техническими пунктами, такими как карта сайта, форма обратной связи и т.д. Доступно с любой страницы;
- **«подвал» сайта** – блок в нижней части страницы, куда выносят полезную, но не первостепенную информацию, носящую скорее справочный характер. Доступно с любой страницы;
- **дополнительные меню для каждого раздела** – представляют содержание раздела, доступны только из текущего раздела.

Следует помнить, что вся важная информация должна быть доступна посетителю максимум за два перехода по пунктам меню. Наличие дублирующих ссылок в разных разделах не является ошибкой, сайт должен обеспечить удобство переходов между страницами через дополнительные меню, блоки связанных ссылок, гипертекстовые ссылки.

Можно выделить типовую информационную структуру, которая в равной степени может подходить для большинства ВУК:

#### **«Шапка» сайта**

- Логотип учреждения и его полное наименование (кликабельный, работает как переход с любой страницы сайта на главную)
- Ссылки и логотипы вышестоящих (курирующих) учреждений
- Строка поиска
- Переключатель языковых версий
- Блок авторизации (при наличии)
- Адрес (если он один для ВУК) и один главный телефон.

#### **Главное меню**

- Посетителям (Информация для посетителей)
- О ВУК
- Выставки и события
- Экспозиция
- Медиа (при наличии)
- Контакты

#### **Боковое фиксированное меню («ушки»)**

- Спланировать визит (Календарь событий)
- Новости
- Медиа (при наличии)
- Издания ВУК
- Часы работы
- Стоимость билетов
- Карта проезда
- Полезные материалы (при наличии материалов на скачивание)

#### **Техническое меню**

- Полностью или выборочно: пункты главного меню
- Новости
- Партнеры и спонсоры
- Вакансии
- Карта сайта
- Контакты
- Обратная связь (Написать письмо)

#### **«Подвал» сайта**

- Логотип учреждения и его полное наименование со знаком копирайта
- Полный адрес с индексом и основные телефоны
- Ссылки на группы в социальных сетях
- Ссылка на страницу или форма подписки на e-mail рассылку учреждения

- Ссылка на условия использования материалов сайта
- Ссылка на страницу «О проекте» или упоминание разработчиков сайта

Дополнительные меню в каждом разделе представляют содержание этого раздела, или основные подразделы, на которые акцентируется внимание посетителя. Они могут быть боковыми, строчными, раскрывающимися с подпунктами (иерархические). Можно совсем отказаться от дополнительных меню, реализовав навигацию через «хлебные крошки» – навигационную строку, отображающую путь пользователя вглубь разделов. Эта строка помогает пользователю быстро вернуться назад или подняться на один или несколько разделов выше, всегда видеть текущий раздел.

### **Содержание главной страницы**

Особое внимание следует уделить проработке содержания главной страницы. Это «визитная карточка» учреждения, основной инструмент перехода пользователя по сайту и информирования о важных текущих событиях. Она должна сочетать уникальное визуальное решение (узнаваемый стиль этого ВУК), удачную навигацию, мультимедийные блоки и важную текстовую информацию, и при этом не быть перегруженной.

Необходимыми элементами главной страницы сайта ВУК являются:

- все навигационные элементы – «шапка» и «подвал» сайта, основное и техническое меню, боковое меню («ушки»);
- мультимедийный блок – основная кликабельная зона страницы, анонс мероприятий, самые интересные текущие выставки, программы, новые услуги. Может быть как фотографическим, так и видеороликом, и презентацией, и интерактивной зоной;
- последние новости, требующие внимания. Возможно, в сочетании с отдельным блоком «Обратите внимание»;
- пиктограммы или баннеры переходов в наиболее важные разделы или страницы сайта (не более 5);
- для порталов, состоящих из нескольких сайтов – переходы на ресурсы системы портала;
- основная краткая информация для посетителя в раскрытом виде – здания ВУК, часы работы, покупка билетов;
- виджеты социальных сетей, системы оценки качества и т.п.

Очень важно не поддаваться желанию поставить всю информацию на главную страницу. Необходимо приучать пользователя уходить вглубь сайта, направляя его с главной страницы, но не заменять ею все разделы сайта. Избыток информации на главной может спровоцировать негативные отклики и отказ пользователя работать с сайтом.

### **Типы основных данных и параметры их заполнения**

Для каждого сайта согласно его структуре будут формироваться типы основных данных, которые заносятся в систему управления контентом. Можно выделить общие для сайтов ВУК данные, которые, скорее всего, будут представлены на сайте:

- **текстовая страница с расширенным функционалом:** заголовок, основной и дополнительный текст, иллюстрации, файлы на скачивание,

возможность вывода списка вложенных страниц, возможность временно скрыть страницу из меню и с сайта;

- **типовой раздел:** заголовок, дополнительное меню, пояснительный текст, текстовый или пиктографический список подразделов;
- **наборное меню:** набор ссылок, позволяющий сформировать дополнительное меню для любого раздела одного из заданных интерфейсов;
- **основные площадки:** тематические, залы – возможно построение на базе текстовой страницы, но с интерактивными планами помещений;
- **карточки новости, события, публикации в прессе:** тоже на базе текстовой, но с добавлением даты (публикации новости / проведения события / выхода статьи в прессе), гиперссылок, дополнительных блоков текстов и фотографий, настроек выводов в ленты на сайте.

### Мультимедийные модули

Встраивание на сайт модулей, содержащих мультимедийный контент, всегда требует особого внимания, так как технологии, используемые при их создании, могут требовать дополнительных установок скриптов или наоборот, их отключения для избегания конфликтов.

Самым простым медиаблоком является заставочный блок сменяемых баннеров, размещаемый обычно на главной странице сайта или в разделе выставок. Такой блок должен содержать только актуальную и наиболее важную информацию для посетителя. Для каждого баннера рекомендуется определять временной диапазон его актуальности и автоматически убирать неактуальные по дате баннеры.

Вместо заставочного баннера иногда используют полноэкранную короткую видеозаставку. Она запускается после обновления страницы и длится не более 30 секунд, при необходимости ее можно пропустить и перейти на стандартную главную страницу сайта.

Полноценными спецпроектами можно считать виртуальные экскурсии и выставки, подготовленные медиапрезентации, управляемые пользователем или с заданным алгоритмом, тематический видеоконтент, синхронный просмотр произведений или их 3D-проекций.

Необходимо помнить, что избыток медиаконтента может существенно замедлить загрузку страниц сайта, а также привести к некорректной работе на не очень мощных компьютерах и мобильных устройствах. С другой стороны, полное отсутствие медиаконтента может превратить сайт в текст с картинками.

### Веб-службы и сервисы

Здесь будет рассмотрен именно набор пользовательских служб и сервисов, размещаемых на сайтах для взаимодействия с аудиторией, а не программные аспекты работы приложений взаимодействия типа «клиент-сервер».

Самой популярной службой является электронная почта, и наличие корпоративной почты типа **name@domain.ru** (где domain.ru – доменное имя, принадлежащее учреждению) у всех сотрудников одного учреждения

настоятельно рекомендуется. Кроме почты сотрудников, на домене ВУК будут находиться служебные почтовые ящики типа: «info@vuk.ru» – общий для всех поступающих писем, «support@vuk.ru» – для технической поддержки, «feedback@vuk.ru» – для форм обратной связи с посетителями и т.д.

Форум и комментарии тоже популярны на сайтах для поддержания «живого общения» с посетителями. Хотя сейчас это живое общение в большей степени стало функцией социальных сетей, и даже модуль комментариев к страницам сайта принято делать через авторизацию в социальных сетях. Форум и комментарии необходимо постоянно модерировать, очищать от рекламы, спама и т.н. «интернет-троллей» (использующих виртуальное общение с нарушением этики сетевого взаимодействия в форме агрессивного, издевательского и оскорбительного комментирования с целью нагнетания конфликтов), поддерживать и направлять обсуждения.

Формы сбора данных (анкеты, опросы), тесты, викторины сохраняют свою актуальность для взаимодействия с аудиторией, могут быть представлены как формами на скачивание, так и полностью интерактивными сервисами типа «вопрос-ответ» с выдачей результата пользователю и записью его в базу для аналитики в самом учреждении.

Подписки на новости с целью получать новостные рассылки также прочно вошли в жизнь учреждений культуры, когда формируемая база электронных адресов используется для точечного анонсирования информации о ВУК. Форма подписки может быть простой (одно поле для ввода адреса) и сложной (небольшой анкетой), отправляющей письмо напрямую на почту ВУК или формирующей таблицу с ответами для ручной обработки (реализованной через Google Forms, Survio, FormDesigner и т.п. сервисы).

### **Требования к программированию и верстке**

Рекомендуется, чтобы сайт корректно (без деградации интерфейса) работал в самых распространенных браузерах: Google Chrome, Microsoft Internet Explorer и Edge, Mozilla Firefox, Apple Safari, Opera выпуска текущего года.

Существуют типовые требования к программированию и верстке, которых следует в целом придерживаться при формировании технического задания на разработку сайта:

- все ссылки на внутренние (собственные) страницы должны открываться в том же окне браузера, кроме исключительных случаев, прямо указанных в техническом задании, а ссылки на внешние ресурсы должны открываться в новом окне.
- графические элементы:
- названия файлов должны соответствовать применению (например: header.jpg, menubg.gif);
- все цифровые изображения, которые относятся к информационной части макета, должны содержать атрибут «alt»;



- по возможности все изображения, кроме тех, которые относятся к информационной части макета, должны выноситься в таблицы стилей;
- при вставке изображений необходимо использовать относительные пути и указывать собственные размеры изображений;
- качество (уровень сжатия) изображений в формате JPEG – не менее 60, при сжатии не должно возникать видимых дефектов, характерных данному формату, GIF формат использовать только для сжатия малоцветных изображений (менее 256 цветов).

HTML-код:

- заголовок документов должен соответствовать стандартам HTML 5;
- в макетах должны присутствовать комментарии к основным элементам страницы: верхняя часть страницы, логотип, меню, заголовок страницы, контент, вставки модулей (если есть), нижняя часть страницы;
- все JS-скрипты должны быть вынесены в отдельные файлы и в папку JS и минифицированы (уменьшены в размере) путем удаления символов, не значимых для интерпретатора;
- все стили должны быть вынесены в отдельные файлы и папку CSS и минифицированы путем удаления символов, не значимых для интерпретатора;
- верстка должна проводиться на основе блочных элементов;
- таблицы должны использоваться только для представления табличных данных;
- должна быть предусмотрена возможность изменения размеров содержимого информационных блоков, как в меньшую, так и в большую сторону.

### **Требования к дизайну интерфейсов**

Первоначально утверждаются первичные макеты интерфейсов в электронном и печатном видах, правки письменно фиксируются. Далее макеты корректируются и передаются в ВУК на утверждение, и после принятия макетов детально прорабатываются используемые в макетах элементы.

Если ВУК имеет разработанный фирменный стиль (брендбук), в котором определены цветовые решения, использование логотипа, шрифты, то дизайн сайта должен выполняться на основе этого фирменного стиля.

Разрабатываемые интерфейсы должны в целом соответствовать типовым требованиям:

- минимальное поддерживаемое разрешение – 1024x768 пиксел, для разрешения 800x640 пиксел допустима горизонтальная прокрутка, но строка основного текста не должна превышать 800 пиксел;
- для интерактивных меню разрабатываются стили отображения в зависимости от действий пользователя;
- необходимо выполнение всей навигации средствами текстовой верстки;
- основной текст набирается одним из кросс-платформенных

шрифтов, сглаживание недопустимо;

- должны быть разработаны стили заголовков, оформления таблиц, списков, пунктов меню, форм, посещённых и не посещённых гиперссылок;
- нижняя часть интерфейса должна содержать информацию об авторских правах и прочую служебную информацию.

### **Требования к системе управления содержанием (СМС)**

Желательно, чтобы система управления содержанием была бесплатной для конечного пользователя и поддерживалась и развивалась одной из крупных компаний на рынке, была реализована на основе открытых исходных программных кодов, возможности ее развития и техническая поддержка в целом не должны зависеть от первоначального разработчика системы.

Должна обладать следующим набором функциональных возможностей:

- разграничение прав доступа пользователей;
- простая навигация по разделам;
- атрибутивный и полнотекстовый поиск информации с предоставлением результатов поиска в удобном для пользователя виде;
- сбор статистики использования;
- корректная работа в браузерах Google Chrome, Microsoft Internet Explorer и Edge, Mozilla Firefox, Apple Safari, Opera выпуска текущего года;
- корректное отображение информации на компьютерах без предустановленных flash-модулей и иного дополнительного программного обеспечения.

Система должна быть установлена на хостинге учреждения, настроена и передана в оперативное управление. К системе должна быть передана техническая документация для уровня доступа «администратор» и «контент-менеджер».

### **Требования к подготовке информационных материалов**

Текстовые материалы, готовящиеся для размещения на сайте, рекомендуется предоставлять в форматах doc / docx (допускаются rtf, txt), xls / xlsx, ppt / pptx, а цифровые изображения – в форматах jpeg / jpg, tif / tiff, gif, png.

Все цифровые изображения, используемые в текстовых материалах, должны быть также отдельно предоставлены в исходном качестве в папке, идентичной по названию документу, в котором они использовались.

Перед постановкой на сайт все тексты должны пройти редактуру и корректуру, и быть утверждены внутри учреждения ответственными за это лицами.

Рекомендуемый объем материалов для наполнения сайта:

- для текстовых страниц с общей информацией – не менее 500 и не более 4 000 знаков с пробелами;
- для событий (кроме выставок) – не менее 400 и не более 2000 знаков с пробелами.

## 7. ИНТЕГРАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ С САЙТОМ

Социальные сети и сервисы сейчас являются мощным инструментом привлечения виртуальных и реальных посетителей, информирования о текущих событиях, общения ВУК и аудитории и получения обратной связи.

Основные социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники и, они вместе охватывают около 80% аудитории. Затем только популярные мировые Facebook и Instagram. В зависимости от региона нахождения ВУК приоритеты могут быть расставлены немного иначе, но всегда необходимо учитывать общую динамику по стране.

Популярными социальными сервисами стали видеоканалы, такие как RuTube, YouTube, Vimeo и другие. Они снимают с официальных сайтов учреждений техническую нагрузку размещения видеороликов и дают исчерпывающие настройки для встраивания на страницы сайта видеоконтента.

Непосредственно на сайте учреждения социальные сети и сервисы могут быть представлены в следующем виде:

- иконки для перехода на группы и на страницы, оформленные в стилевом соответствии с сайтом;

- иконки в блоке «Поделиться» (Share) для публикации ссылки на материал сайта в социальной сети в один клик. Можно использовать сервисы-конструкторы подобных блоков, например Яндекс <https://tech.yandex.ru/share/>;

- виджеты, то есть блок активного представления материалов или подписчиков социальной сети на сайте. Самыми популярными встраиваемыми виджетами фотоматериалов являются блоки из Instagram и Flickr и альбомов Facebook, а подписчиков – из Facebook и ВКонтакте.

На страницах и в лентах социальных сетей и сервисов можно представлять сайт учреждения в виде:

- короткого кликабельного анонса, формируемого из блока «Поделиться» с сайта;

- прямого упоминания URL сайта (полного или короткого, формируемого с помощью специальных сервисов сокращения ссылок) в тексте поста или комментариях к нему;

- упоминания отдельного хэштега, посвященного сайту учреждения или повторяющего его URL.

В целом при работе сайта с социальными сетями и сервисами следует придерживаться правила, что с материалов социальных сетей пользователь должен переходить на страницы сайта, а не наоборот. То есть социальные сети и сервисы своей аудиторией поддерживают и расширяют посещаемость основного сайта. И если есть возможность встроить на сайт виджет или материал социальной сети или сервиса, то это лучше сделать, чем дать пользователю просто ссылку перехода в группу или на страницу сети.

## **8. ПОДДЕРЖКА И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА**

Для постоянного ведения сайта и обновления на нем информации в структуре подразделений ВУК должны быть предусмотрены сотрудники, т.е. штатные единицы. В зависимости от активности ВУК, стратегии развития его интернет-ресурсов и финансовых возможностей, существуют несколько вариантов штатной структуры:

1. Один человек, осуществляющий взаимодействие с постоянным подрядчиком. Фактически, сайт получается на аутсорсинге, а задача одного единственного сотрудника – собирать и предоставлять материал для размещения и ставить задачи для доработки.

2. Два человека: 1 программист-верстальщик и 1 контент-менеджер, которые работают в основном в рамках заданных сайтом шаблонов страниц и разделов, но могут частично изменить исходные коды и внести небольшие доработки и обновления.

3. Группа Интернет-проектов в составе от 3 до 5 человек: 1 программист-верстальщик, 1 или 2 контент-менеджера, 1 ведущий социальных сетей, и, возможно, отдельный начальник сектора как координатор работ подчиненных и подрядчиков и составитель ТЗ. В таком штатном составе подразделение способно своими силами поддерживать активность на сайте и в социальных сетях, обеспечивать доработки и изменение структуры сайта на базе существующего дизайна и его элементов с минимальным привлечением подрядчиков.

4. Отдел Интернет-проектов в составе до 10 человек: начальник отдела, 1 вебпрограммист, 1 системный администратор, 1 дизайнер, 1 верстальщик-*front-end* разработчик, 2 контент-менеджера, 1 инженер медиа-контента, 2 ведущих социальных сетей и сервисов. Это максимально возможная структура штата отдела Интернет-проектов, который имеет возможность с нуля разрабатывать интернет-ресурсы и их графический интерфейс, администрировать серверную часть, создавать и управлять медиа-контентом, наполнять разделы сайтов и вести несколько социальных сетей с ориентацией на разные аудитории. Но затраты на заработную плату такого структурного подразделения для небольшого учреждения могут в несколько раз превысить стоимость разработки готового сайта у подрядчика, поэтому этот вариант оправдан только в крупных учреждениях культуры.

## **9. АНАЛИТИКА, СТАТИСТИКА САЙТА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

Важным инструментом продвижения является использование данных аналитики сайтов и социальных сетей для понимания поведения пользователей и их интересов. У крупных сервисов интернет-аналитики есть огромное количество показателей, по которым можно проследить, кто и откуда посетил сайт, с каких устройств и операционных систем, на какие страницы заходил, сколько времени там провел и т.д.

Два самых популярных бесплатных сервиса – это Google Analytics и

Яндекс.Метрика. Также есть множество платных сервисов (Clicky.com, Woopra.com, Mixpanel.com, KISSMetrics.com, Chartbeat.com и др.). Для того, чтобы воспользоваться сервисами Google Analytics и Яндекс.Метрика, необходимо иметь аккаунты в этих системах и установить на каждую страницу сайта (или на общие для сайта блоки, типа «шапки» или «подвала») коды счетчиков. У некоторых других сервисов необходимо скачивать приложение, или ставить ПО на сервер. У каждой из систем есть пользовательская справка.

В социальных сетях есть свои инструменты аналитики, встроенные в сами сети (Twitter, Facebook, ВКонтакте) или представленные отдельными сайтами по каждой сети (например, Iconosquare.com для Instagram) или агрегаторами информации по всем сетям (Brand Analytics, Popsters, JagaJam). Их типовой набор показателей отличается от сайта и позволяет проследить качество публикаций в сообществах, эффективность тематик, хэштегов, посчитать охват и вовлеченность аудитории.

Помимо автоматизированных инструментов аналитики статистических данных, продолжают быть востребованными мнения и отзывы, непосредственно полученные от посетителей с помощью опросов (бумажных или электронных), писем с формы обратной связи, анкетирования. В простую анкету наравне с вопросами о том, что понравилось посетителям в ВУК, можно включить вопросы о том, посещают ли они официальный сайт, состоят ли в группах соцсетей, подписаны ли на новости и т.д.

## **10. ВЕБ-САЙТ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ГОТОВ: ЧТО ДАЛЬШЕ?**

Создание сайтов театров, музеев и пр. не заканчивается тестированием. В подобных культурных заведениях часто происходят разные события, которые нужно добавлять на страницы. Также на организацию ложится обязанность по поддержке работоспособности веб-ресурса. Информация должна быть доступна круглые сутки.

В этом случае целесообразно заказать поддержку и сопровождение сайта у студии-разработчика. В их обязанности будут входить:

- защита проекта от атак, взлома и уничтожения;
- добавление актуальной информации;
- восстановление сайта после сбоев.

Для учреждения культуры наличие сайта – это не только требование закона, но и один из эффективнейших способов привлечения посетителей в заведение.



## Чек-лист. Информация о деятельности учреждения культуры на сайте

Требуемая информация	Комментарий
Сведения о видах предоставляемых услуг	Рекомендуем разместить сведения об услугах по госзаданию, а также об услугах, которые учреждение оказывает по своему усмотрению
Копии нормативных правовых актов, устанавливающих цены (тарифы) на услуги либо порядок их установления	Опубликуйте нормативный правовой акт учредителя, определяющий порядок установления цен, а также локальный акт учреждения с перечнем услуг и цен на услуги. Рекомендуем сделать это в одном разделе. Озаглавьте его в точном соответствии с формулировками приказа № 277.
Перечень оказываемых платных услуг, цены (тарифы) на услуги	Документы разместите в виде файлов в графическом формате
Копия плана финансово-хозяйственной деятельности организации культуры или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг)	Разместите план ФХД или смету в виде файла в графическом формате. Также рекомендуем разместить информацию об объеме услуг из госзадания и информацию о планируемых объемах предоставляемых услуг вне рамок госзадания в виде текста
Информация о материально-техническом обеспечении предоставления услуг организацией культуры	Информацию опубликуйте в свободной форме. Например: «Для посетителей библиотеки доступны два читальных зала, 10 компьютеров...»
Копии лицензий на осуществление деятельности, подлежащей лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации	Можно указать, что деятельность учреждения не подлежит лицензированию. Если учреждение ведет образовательную деятельность или деятельность по сохранению объектов культурного наследия, копии лицензий выложите на сайте в графическом формате
Информация о планируемых мероприятиях	Речь идет об анонсах мероприятий, репертуарных планах, афишах
Информация о выполнении государственного (муниципального) задания	Информацию можете публиковать ежеквартально и ежегодно
Отчет о результатах деятельности учреждения	Достаточно разместить информацию о результатах деятельности учреждения за год. Опубликуйте текст, чтобы он просматривался в браузере или выложите файл с отчетом для скачивания
Результаты независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры	Информацию предоставляет Общественный совет, проводивший НОК. Также вы ее можете взять с официального сайта bus.gov.ru
Предложения об улучшении качества деятельности учреждения	
План по улучшению качества работы организации	Утвердите его по итогам НОК и поддерживайте в актуальном состоянии до следующей оценки
Дистанционные способы обратной связи и взаимодействия с получателями услуг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Телефон.</li> <li>2. Электронная почта. Электронные сервисы:</li> <li>3. Форма для подачи электронного обращения/жалобы/предложения.</li> <li>4. Раздел «Часто задаваемые вопросы».</li> <li>5. Получение консультации по оказываемым услугам.</li> <li>6. Анкета для опроса граждан или гиперссылка на нее.</li> <li>7. Иной дистанционный способ взаимодействия</li> </ol>

## Чек-лист. Обязательная информация на сайте учреждения культуры

Требуемая информация	Комментарий
Полное наименование	В точном соответствии с уставом
Сокращенное наименование	В точном соответствии с уставом
Сокращенное наименование на английском языке	В точном соответствии с уставом
Местонахождение	Физический адрес
Почтовый адрес	Адрес для получения корреспонденции. Если почтовый адрес и местонахождение совпадают, то достаточно написать один раз
Схема проезда	Обычно используют общедоступные ресурсы, например Google-карты, Yandex-карты, 2ГИС
Дата создания организации культуры	Если современного решения в форме правового акта о создании учреждения нет, укажите исторические сведения
Сведения об учредителе (учредителях)	У государственных и муниципальных учреждений учредитель может быть только один. Рекомендуем указывать орган, исполняющий функции и полномочия учредителя
Копия устава	Актуальная версия устава в формате PDF или ином графическом формате. Обеспечьте либо просмотр всего устава в браузере, либо ссылку на скачивание файла
Свидетельство о государственной регистрации	Актуальная версия свидетельства в формате PDF или ином графическом формате. Обеспечьте либо его просмотр в браузере, либо ссылку на скачивание файла
Решение учредителя о создании организации	Как правило, распоряжение или постановление органа государственной власти или местного самоуправления. Выложите полное содержание документа в виде файла в графическом формате. Если такого решения нет, можно указать исторические сведения о создании учреждения
Решение учредителя о назначении руководителя	Распоряжение, приказ и т. д.
Положение о филиалах	Разместите полное содержание документа в виде файла в графическом формате
Положение о представительствах	Разместите полное содержание документа в виде файла в графическом формате
Структура организации культуры	Сведения о руководителе, заместителях, структурных подразделениях и т. д. Разместить можно в виде схемы. Советуем сделать заголовок «Структура организации культуры». Желательно сделать ссылку на акт, которым утверждена структура
Режим и график работы	Сделайте соответствующий заголовок. Укажите период работы учреждения в течение дня и календарные периоды работы. Например, что учреждение работает в понедельник–пятницу с 9.00 до 18.00, выходные дни – суббота и воскресенье
Контактные телефоны	В том числе факс при наличии
Адреса электронной почты	
Фамилии, имена, отчества, должности руководящего состава организации культуры, ее структурных подразделений и филиалов (при их наличии)	Рекомендуем писать фамилии, имена, отчества и должности полностью. Указывать необходимо Ф. И. О. директора, заместителей, главного бухгалтера, руководителей структурных подразделений. Также надо указать других руководящих работников, например главного режиссера театра и т. д.