

20. **PatentPak** in SciFinder. – URL: <https://www.cas.org/products/scifinder/patentpak>.
21. **Jindrich J.** Database Resources in Chemistry / J. Jindrich // *Chemické Listy*. – 2017. – Vol. 111. – P. 731–737.
22. **Jarabak C.** Property Information in Substance Records in Major Web-Based Chemical Information and Data Retrieval Tools: Understanding Content, Search Opportunities, and Application to Teaching / C. Jarabak, T. Mutton, D. D. Ridley // *J. Chem. Educ.* – 2020. – Vol. 97. – № 5. – P. 1345–1359.
23. **Mutton T.** Understanding Similarities and Differences between Two Prominent Web-Based Chemical Information and Data Retrieval Tools: Comments on Searches for Research Topics, Substances, and Reactions / T. Mutton, D. D. Ridley // *J. Chem. Educ.* – 2019. – Vol. 96. – № 10. – P. 2167–2179.
24. **Zibareva I. V.** Opyt ispol'zovaniya bibliograficheskikh BD dlya naukometricheskikh issledovaniy rossijskoj himicheskoj nauki / I. V. Zibareva, N. V. Krukovskaya // *Education Technology & Society*. – 2007. – T. 10. – № 1. – С. 297–303.

Информация об авторах / Information about the authors

Евдокименкова Юлия Борисовна – канд. хим. наук, ведущий научный сотрудник Библиотеки по естественным наукам РАН, Москва, Российская Федерация

Library.ioc@mail.ru

Соболева Наталья Олеговна – канд. хим. наук, ведущий научный сотрудник Библиотеки по естественным наукам РАН, Москва, Российская Федерация

Library.ioc@mail.ru

Yulia B. Evdokimenkova – Cand. Sc. (Chemistry), Leading Researcher, RAS Library for Natural Sciences, Moscow, Russian Federation

Library.ioc@mail.ru

Natalya O. Soboleva – Cand. Sc. (Chemistry), Leading Researcher, RAS Library for Natural Sciences, Moscow, Russian Federation

Library.ioc@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИБЛИОТЕКАХ

УДК 02:004

DOI: 10.33186/1027-3689-2021-4-141-148

Е. Э. Протопопова

*Муниципальная информационно-библиотечная система,
Новокузнецк, Российская Федерация*

Методика создания, структура

и обязательные сервисы тематического сайта

Аннотация: В статье рассмотрена технология создания краеведческого сайта библиотеки, основанная на практическом опыте. Перечислены необходимые требования к контенту и актуальные формы подачи текстовой информации (лонгрид, сторителлинг). Представлен подробный набор структурных элементов и обязательных сервисов тематического сайта учреждения культуры, которые необходимо указывать при составлении технического задания веб-мастеру. Описаны инструменты интернет-маркетинга, способствующие активному продвижению представленного на сайте контента. Опираясь на предложенную технологию, можно грамотно составить техническое задание для разработки любого вида сайта учреждения культуры (библиотеки, музея), учесть все необходимые для решения задач учреждения сервисы и элементы внешней и внутренней архитектуры сайта. Перечислены требования к верстке сайта, а также к контенту (актуальность и верификация информации, мультимедийность, новые формы подачи текстов). Сервисы и структурные компоненты тематического сайта приведены в таблице, которая поможет грамотно сформулировать требования к веб-дизайнеру.

Ключевые слова: цифровые ресурсы, тематические сайты, краеведческие сайты, технология создания сайта, обязательные сервисы сайта, структура сайта, элементы сайта.

Elena E. Protopopova
Municipal Information and Library System,
Novokuznetsk, Russian Federation

Thematic website:

Development methods, structure and essential services

Abstract: The author discussed the technology of building the library's website devoted to local heritage based on practical experience. The essential features and relevant presentation formats (longread, storytelling) are described. The detailed set of structural elements and key services to be introduced to the webmaster as a requirements specification are formulated. Specific Internet-marketing instruments promote the web content. Based on the proposed technology, libraries will be able to draw up relevant requirements specifications for any type of cultural institution (e. g. library, museum, etc.), to include every service or element of external and internal system design essential for the institution's mission. The requirements to website coding and content (information relevance and verification, multimodality, new forms of text presentation) are included. The tabulated services and structural elements of thematic websites will enable to formulate requirements to webmaster intelligently.

Keywords: digital resources, thematic websites, websites in local heritage, website building technology, essential services, website structure, website elements.

Краеведческий сайт – социокультурный «портрет» территории, подчёркивающий её уникальность и самобытность, формирующий привлекательный образ местности. Информация из социальных телекоммуникационных каналов становится средством позиционирования территории. Поэтому потенциал учреждений культуры (библиотек, музеев) очень значим.

Краеведение – наиболее «фактографическая» область библиотечной деятельности. Подобные ресурсы дополняют традиционное документное обслуживание, регулярно обеспечивая пользователей вери-

фицируемой актуальной информацией. Это позволяет библиотеке формировать уникальную историко-краеведческую веб-среду.

Краеведческий тематический сайт – культурное и информационное пространство, отражающее ключевые ценности, смыслы, образы и традиции территории.

Методика создания краеведческого тематического сайта

При разработке подобного ресурса необходимо соблюдать определённые условия и придерживаться некоторых правил.

Главный акцент в концепции сайта – уникальность территории, её самобытность, поэтому одной из основных составляющих при конструировании концептуальной эстетики ресурса может стать некое событие (юбилейная дата).

Немаловажен грамотный *нейминг*: название сайта (всего проекта) должно способствовать его продвижению и формированию новых брендов библиотеки – узнаваемых и популярных, вызывающих дискуссию. Такие бренды особенно привлекательны для СМИ; они неразрывно связаны с библиотекой, повышают её престиж.

Все элементы сайта, необходимые для составления техзадания веб-дизайнеру, приведены в таблице.

Требования к вёрстке сайта:

кроссбраузерность – страницы должны одинаково отображаться в разных браузерах;

гибкость – возможность легко добавлять информацию на страницы либо удалять её;

быстрота обработки кода браузером;

валидность – соответствие стандартам;

семантическая корректность – логичное и правильное использование элементов *HTML*.

На главной странице тематического сайта обязательно размещать баннеры с возможностью перехода на официальный сайт учреждения (в нижней части – футере) и его соцсети (в верхней части – хедере). Кроме адаптивного дизайна сайт должен иметь удобную навигацию; понятный язык заголовков и ярлыков; визуальные элементы дизайна, увеличивающие его эффективность; цвета или цветовые сочетания, помогающие ориентироваться на страницах.

Сервисы и структурные компоненты тематического сайта

Основные сервисы	Альтернативные версии реализации сайта	Обратная связь с пользователями	Содержательное наполнение/ Основные разделы сайта	Виртуальные услуги
<p>Доменное имя. Веб-хостинг. Регистрация авторского права. Сервисы: сбора и обработки информации о пользователях; хранения, размещения и подписи фото с возможностью их поиска; размещения видео с видеохостингов; размещения аудиофайлов; автоматического перевода слов с латиницы, в том числе и в панели управления; распознавания букв Е и Ё; размещения HTML-кодов из соцсетей; коррекции URL-адреса страниц в панели управления; «Скрыть страницу» в панели управления; вариативности ввода названий в панели управления для улучшения возможностей поиска; «Конференция» или «Семинар с возможностью регистрации и прикрепления докладов.</p>	<p>Специальная версия для пользователей с нарушением зрения (п. 4.2 ГОСТ Р 52872-2012). Адаптивная версия для мобильных устройств. Специальная версия на иностранном языке.</p>	<p>Раздел «Контакты» (адреса, кликабельные телефоны и e-mail всех ответственных лиц). Онлайн-консультация или чат на главной странице. Сервис онлайн-опросов и тестов. Сервис «Подписка на новости» и «Отписаться». Сервис «Подписка на обновление URL-страниц». Сервис «Хочу предложить» (текст, фото, видео, музыка). Виджет с услугами (анонс события, заявка от пользователя, подписка на рассылку) в виде выпадающего диалогового окна, полосы или блока.</p>	<p>Главная страница (тема). Новости и календарь событий. Новое на сайте. Событие/факт дня. Юбилей дня. Анонсы. Фотоальбом. Карты (карта сайта).</p>	<p>Поисковая строка с контекстным поиском и возможностью автоматического перевода слов с латиницы. Доступ к электронным каталогам и к базам данных и сайтам библиотеки. Раздел «Вопрос – ответ» (аналог «виртуальной справки»). Кнопки доступа к социальным сетям. Кнопки «поделиться», «лайкнуть» на страницах сайта. Количество просмотров URL-страниц (счётчики). Интернет-магазин информационных услуг. Онлайн-оплата информационных услуг. Гиперссылки. Скроллинг.</p>

Наличие поисковой строки, позволяющей вести контекстный поиск по всему сайту, – неперенный атрибут любого ресурса. Значительно повысит конкурентоспособность библиотечного сайта на рынке информационных услуг наличие нескольких поисковых строк: возможность осуществлять поиск по каждому разделу сайта, а также систематизировать поиск использованием различных фильтров (категорий, разделов). Например, по званиям, по наградам, по сферам деятельности, по отраслям знаний и т.п. В этом случае пользователь сможет одним кликом отобразить весь нужный контент в однократном поиске.

Особенно актуальны фильтры (разделы) именно для блоков краеведческого сайта. Например, блок «Новости», имеющий фильтрацию, позволит одним кликом отобразить информацию по какой-либо теме в единый список. Сервис «Календарь событий» может выстраивать события раздела по дням, месяцам и годам.

Требования к контенту

Формат создаваемого ресурса должен предполагать непрерывную *актуализацию и верификацию* контента: для этого сайт библиотеки обязательно нужно снабжать датами актуализации каждой страницы контента, подписью и реквизитами её автора (ФИО, должность, телефон или электронная почта). В плановом порядке представленная на сайте информация исправляется, добавляется, верифицируется (особенно это важно для хроники и страниц о жизни и деятельности значимых для данной территории персон).

Мультимедийность – важное качество современного веб-дизайна, позволяющее преодолеть визуальную монотонность контента. Например, формируя хронограф территории, следует проиллюстрировать дату события или факт фотографией либо видео. Для этого на этапе создания сайта необходимо предусмотреть возможность прикрепления фото- и видео-контента на любую URL-страницу. Немаловажна и возможность поиска по подписям к фото или видео. Таким образом, все иллюстрации будут включены в контекстный поиск. Собирая на сайте коллекцию краеведческих фотографий, можно решить проблему по автоматизированному учёту и систематизации фотодокументов локальной истории.

Новые формы подачи текстовой информации способствуют популярности сайта. Например, *сторителлинг* и *лонгрид* предполагают соз-

дание интересного краеведческого контента только с использованием визуального наполнения: иллюстрации и фото, сопровождающие тексты; фоновые изображения, инфографика и видео.

Эксперты прогнозировали, что к 2020 г. на долю видео придёт более 75% потребительского трафика

пользователей, чем из текста. Библиотеки должны активнее использовать видео, выбирая адекватный формат (продолжительность):

новостные ролики – до 3 минут;

учебные видео – до 13 минут;

вебинары (онлайн-семинары) – от 20 до 120 минут;

видеоэфиры (трансляции) – длительность зависит от задач и целей.

Необходимо развивать видеосервисы соцсетей и *YouTube* (официальный видеоканал библиотеки), как хостинг – место хранения видео, ссылку на которые легко встраивать в контент сайта.

Каждая информативная *URL*-страница требует наличия *визуально-го счётчика количества просмотров*. Любой посетитель может оценить популярность информации: сколько раз страницу посмотрели другие пользователи.

Для оперативного продвижения контента и запуска такого механизма вирусного маркетинга, как «сарафанное радио», на каждой информативной странице сайта должны присутствовать кнопки «Поделиться» и «Нравится» (лайкнуть) – адекватный инструмент популяризации ресурса через соцсети (шеллинг).

Активному продвижению краеведческого контента способствуют и такие инструменты интернет-маркетинга, как: *хэштегирование* (система внутреннего поиска в соцсетях), позволяющее выделять главную мысль и группировать информацию по темам, обеспечивая быстрый поиск и увеличение охвата аудитории, привлечение внимания к какому-либо событию; *специальный плейлист* (названный как сайт) на официальном канале библиотеки любого видеохостинга. Например, на *YouTube* можно оформить логотипом каждое видео (в правом нижнем углу), присвоить хэштеги (ключевые слова), а также расписать содержание сюжета по минутам.

Анализируя представленную на тематических сайтах краеведческую информацию, можно проследить динамику развития территории;

оценить достижения, инновационный и туристический потенциал региона, городского или сельского муниципального образования: достопримечательности и ценности, формулируемые территориальной единицей.

Полнотекстовые ресурсы тематических сайтов отражают историко-культурный потенциал местности; позволяют библиотеке полноправно присутствовать внутри постоянно развивающейся виртуальной среды, разрушая границы учреждения культуры как замкнутого пространства. Их можно рассматривать как средство территориального брендинга.

Создавая актуальные, надёжные и востребованные веб-ресурсы, библиотека участвует в формировании бренда территории: демонстрирует умение и способность быть активным участником инновационных процессов; становится полноправным партнёром туристической индустрии; укрепляет свой авторитет в работе с таким производственным ресурсом, как информация и знания; повышает свою конкурентоспособность и успешность; обеспечивает в перспективе рост показателей деятельности (количество пользователей, индекс цитируемости сайтов, объём баз данных собственной генерации).

Всё это позволяет учреждению работать на опережение.

Отбирая информацию для тематических сайтов, библиотека становится информационным катализатором позитивных процессов, обеспечивает продвижение актуальных, креативных идей.

Краеведческие тематические сайты – яркий пример объединения творческого, научного и образовательного потенциала территории для формирования её привлекательного образа; продукт и ресурс, который следует активно продвигать на национальный информационный рынок.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Артамонов А. Сайт музея: от концепции до утилизации / Александр Артамонов // Справ. рук. учреждения культуры. – 2016. – № 11. – С. 80–90.
2. Гендина Н. И. Библиотека в едином информационном пространстве: необходимость создания электронных путеводителей по интернет-ресурсам / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова // Науч. и техн. б-ки. – 2018. – № 7. – С. 43–59.

3. **Гендина Н. И.** Официальные сайты центральных библиотек субъектов Российской Федерации как системообразующая платформа представления информации о коренных малочисленных народах / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова // Библиосфера. – 2016. – № 4. – С. 3–12.

REFERENCES

1. **Artamonov A.** Sayt muzeya: ot kontseptsii do utilizatsii / Alexander Artamonov // Sprav. ruk. uchrezhdeniya kultury. – 2016. – № 11. – С. 80–90.

2. **Gendina N. I.** Biblioteka v edinom informatsionnom prostranstve: neobhodimost sozdaniya elektronnyh putevoditeley po internet-resursam / N. I. Gendina, N. I. Kolkova // Nauch. i tehn. b-ki. – 2018. – № 7. – С. 43–59.

3. **Gendina N. I.** Ofitsialnye sayty tsentralnyh bibliotek subektov Rossiyskoy Federatsii kak sistemoobrazuyushchaya platforma predstavleniya informatsii o korennyh malochislennyh narodah / N. I. Gendina, N. I. Kolkova // Bibliosfera. – 2016. – № 4. – С. 3–12.

Информация об авторе / Information about the author

Протопопова Елена Эдуардовна – главный специалист по библиотечному маркетингу Муниципальной информационно-библиотечной системы, член Союза журналистов РФ, Новокузнецк, Российская Федерация

Protopopova@libnvkz.ru

Elena E. Protopopova – Chief Specialist in Library Marketing, Municipal Information and Library System Novokuznetsk, Russian Federation

Protopopova@libnvkz.ru

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 02:004

DOI: 10.33186/1027-3689-2021-4-149-166

Т. Е. Савицкая

*Российская государственная библиотека,
Москва, Российская Федерация*

Научные библиотеки как цифровые издатели: зарубежный опыт

Аннотация: Цель статьи – осветить современный опыт развёртывания сервиса цифрового издания научных исследований в библиотеках развитых стран Запада. Отмечено, что становление цифрового издания научных исследований сопряжено с дальнейшим этапом информатизации библиотечной деятельности за рубежом, возрастанием роли библиотек в процессе управления научными данными. Цифровое издание – комплекс взаимосвязанных программ, охватывающий полный цикл управления научными данными и реализуемый в широком контексте инноваций. Цифровые издательства библиотек – это новый вид деятельности, предполагающий объединение компетенций современных библиотечарей (отбор контента, курирование данных, управление метаданными, создание цифровых коллекций, их сохранение и архивирование) и публикаторов (мониторинг новых трендов в развитии науки и технологии, отбор материалов для публикации, реферирование, научное редактирование, разработка маркетинговых стратегий).

В статье впервые в отечественном библиотековедении рассматривается динамика развития данного сервиса за рубежом на основе анализа периодического издания «Перечень библиотек-издателей» (Library Publishing Directory) на протяжении 2013–2018 гг. Автор приводит сравнительный анализ развития сервиса цифрового издания в четырёх университетских библиотеках различных регионов мира и предварительный анализ развития сервиса онлайн-изданий в зарубежных научных библиотеках.

Ключевые слова: базы данных, онлайн-публикации, цифровые гуманитарные науки, метаданные, цифровые активы, цифровые издания, цифровое библиотечное дело.