

Юркова Е.А.

Методические рекомендации по созданию сайта

Оглавление

[Цели и задачи сайта](#)

[Некоторые вопросы дизайна сайта ОУ](#)

[Каким языком ОУ говорит о себе](#)

[При размещении документа на сайте обращаем внимание на:](#)

[При оформлении ссылки на информационно-образовательные ресурсы обращаем внимание на:](#)

[Еще несколько советов](#)

[Рекомендации по оформлению сайта образовательного учреждения](#)

Цели и задачи сайта¹

Вопрос о целевом назначении сайта является ключевым, поскольку ответ на него определяет структуру этого информационного ресурса, состав и содержание информационных материалов, публикуемых на сайте.

Сайт образовательного учреждения (ОУ) относится к категории официальных (корпоративных) сайтов организаций и представляет собой информационный ресурс, основополагающей целью создания которого является *позиционирование организации* в сети Интернет.

Указанная цель создания и функционирования сайта ОУ предполагает, что этот информационный ресурс необходимо рассматривать как некий «деловой инструментарий», ориентированный на *повышение востребованности* образовательных, методических, информационных и других видов услуг, предоставляемых образовательным учреждением.

Конкретизируем указанную цель создания и функционирования сайта ОУ через описание двух основных задач, на решение которых должна быть ориентирована информация, размещенная на сайте, и называемая *информационным контентом сайта*.

¹ «Критерии наполнения сайтов образовательных учреждений, победителей ПНПО, ресурсных центров», Методическое пособие под редакцией И.Б. Мыловой, изд. Государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) специалистов Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования, 2010.

Одной из основных задач информационного контента является формирование у целевой аудитории пользователей сайта позитивного представления об образовательном учреждении, об его особенностях и уникальных чертах, которые отличают это конкретное образовательное учреждение от других аналогичных.

К целевой аудитории пользователей сайта образовательного учреждения традиционно относят следующие основные категории пользователей:

- педагогические кадры (в этой категории можно выделить подгруппы: учителя, методисты, преподаватели вузов и средних учебных заведений);
- учащиеся (к подгруппам этой категории можно отнести учащихся образовательного учреждения, которому принадлежит сайт, и учащиеся других образовательных учреждений);
- родители (к этой группе пользователей сайта относят родственников и других лиц, заинтересованных вопросом обучения и воспитания конкретного ребенка);
- административные работники (сотрудники структуры управления образованием и методической службы, руководители образовательных учреждений и др.).

Другая важная задача сайта – удовлетворить актуальные и превентивные (от лат. *praevenio* – опережаю, предупреждаю) информационные запросы *различных категорий пользователей сайта* о деятельности ОУ. Для решения этой задачи информационный контент должен обладать следующими важными качественными характеристиками:

- *информативность* – полнота содержательных блоков (разделов), в которых представлена информация для посетителей сайта; и значимость (полезность) информационных материалов для каждой категории пользователей;
- *доступность* – простота получения требуемой пользователем информации, что связано со структурированностью информационных материалов; простотой навигации по сайту; формой предъявления информационных материалов, учитывающей специфику информационных запросов различных категорий пользователей (иллюстративное оформление, стиль изложения, уместное использование профессиональной терминологии и др.);
- *достоверность и объективность* публикуемых материалов – реферируемость публикуемых материалов, указание авторства материалов, ссылка на источник и др.
- *оперативность* – своевременное обновление информационных материалов; наличие разделов с основной (долговременной) и оперативной (текущей) информацией.

Качество информационного контента сайта анализируется и оценивается в первую очередь по степени соответствия цели его создания и функционирования.

Некоторые вопросы дизайна сайта ОУ²

Понятие «дизайн» в Интернет-среде воспринимается как с точки зрения эстетики, так и с позиций удобства восприятия информации пользователем.

Сайт ОУ интересен не столько оформлением, сколько содержанием, которое в основном носит текстовый характер. Разумеется, цветовое решение, оформление, графика должны соответствовать определенным стандартам, но первичным является именно вопрос о том, насколько пользователю будет удобно работать с сайтом. Под словом «работать» имеется в виду два момента:

- ориентироваться на сайте, находить нужную информацию;

² (Смирнова З.Ю., Эльмаа Ю.В. «Методические рекомендации по созданию и развитию школьного сайта» РЦОКиИТ, 2008).

- воспринимать текстовую информацию.

Пользователь приходит на сайт с первой страницы, которая должна привлечь его оформлением и в то же время помочь легко сориентироваться и найти нужное содержание. Поэтому вопрос оформления первой страницы сайта очень важен. С точки зрения психологии восприятия считается, что человеческий глаз, рассматривая любой объект, движется по следующей траектории:



Т.е. восприятие информации начинается сверху слева, далее глаз движется вниз по диагонали, потом направо и вверх снова по диагонали, справа налево. Эту закономерность необходимо учитывать, размещая информацию на странице сайта.

Исходя из сказанного, в традиции сайтостроительства в левом верхнем углу принято размещать *логотип* – символическое изображение, дающее информацию о роде деятельности и названии организации. Удачный логотип прост и выразителен, он всегда несет в себе некую идею, важную для организации. От логотипа на прямой линии слева направо, до самого конца страницы, как правило, размещается название организации. Этот элемент дизайна обычно повторяется на каждой странице сайта.

Важнейшим элементом дизайна сайта является *меню*.

Меню – это перечень разделов сайта. Нажав на название раздела, пользователь попадает на соответствующую страницу.

Есть разные варианты размещения меню. Оно может находиться под строкой названия, вверху страницы, слева направо – это горизонтальное меню. Другой вариант – вертикальное меню – располагается слева сверху вниз. Меню, как и строка названия и логотип, повторяется на каждой странице сайта – чтобы пользователь легко переходил из раздела в раздел.

Считается, что человеческий глаз без напряжения способен охватить 7 объектов (в нашем случае – 7 пунктов меню), поэтому количество рубрик меню не должно превышать 7. А что делать, если со смысловой точки зрения разделов получается больше? В этом случае есть смысл группировать разделы в крупные тематические блоки, чтобы в каждом из разделов были подразделы.

В случае, если внутри больших тематических разделов есть внутреннее деление, лучше использовать на сайте две панели меню: на горизонтальной размещать крупные тематические блоки, а на вертикальной – подразделы внутри структуры конкретного раздела. Пользователю такая структура будет понятна и удобна, она позволит перемещаться и внутри раздела и между разделами. В традиции сайтостроительства принято, что верхнее горизонтальное меню должно быть более коротким, чем боковое вертикальное.

Что касается названий пунктов меню, то они должны быть короткими – одно-два слова. Иначе восприятие будет затруднено.

Вертикальная правая область страницы обычно используется для размещения сервисов обратной связи (адрес электронной почты, гостевая книга, форум). Это тоже своеобразное меню: нажав на соответствующее название, пользователь выходит на тот или иной сервис. Кроме того, в этой части страницы могут (обычно сверху) размещаться анонсы, краткая информация, важная для всех посетителей сайта. Эта полоса также обычно воспроизводится на всех страницах сайта.

Между левой и правой вертикальными частями страницы находится так называемая *контентная область* (основное содержание страницы). На первой странице это, как правило, *лента новостей* или *объявления*, на страницах конкретных разделов – соответствующая

информация – текстовая или графическая. Эта область может представлять собой целостный блок и может «распадаться» на вертикальные или горизонтальные колонки – в зависимости от желания и фантазии авторов. Опыт показывает, что на большинстве школьных сайтов (как и других, на которых подается большой текстовый объем) контентная область является цельной, не делится на блоки.

Примерное соотношение (подчеркиваем: примерное!) между этими тремя областями страницы должно быть таково: контентная область составляет половину страницы, а левая и правая вертикали – по одной четвертой.

Внизу страницы, по горизонтали, находится строка, которую в дизайне сайтов принято называть *боттомом* (от английского «bottom» - «дно», «подножие»). Роль этой строки в основном композиционная: без нее страница теряет завершенность. Однако используется эта область и функционально: здесь, как правило, размещают адрес электронной почты администратора сайта, имена авторов проекта и пр.

Важнейший вопрос, связанный с удобством восприятия информации, – это **вопрос размещения текста** на странице. Прежде всего это вопрос цветового соотношения фона и шрифта. Многовековая традиция книгопечатания выработала определенный стереотип восприятия: черный текст на белом фоне. Во-первых, это контраст, облегчающий работу глаза, во-вторых, преобладание светлого тона не вызывает подсознательного эмоционального напряжения, в отличие от преобладания темного. Эта традиция существует и в сайтостроительстве: фон страницы должен быть светлым, а текст – темным. Причем не обязательно, чтобы это было соотношение белого и черного, как в книжном дизайне (возможно сочетание светло-бежевого и коричневого, светло-серого или голубого и синего или фиолетового и пр.) Есть, разумеется, сайты, где, наоборот, фон темный, а шрифт светлый, но восприятие информации с этих сайтов затруднено, глаза читателя быстро утомляются.

Еще один момент связан с количеством знаков в строке. Это также вопрос психологии восприятия. Строка книжного текста, как правило, состоит из 200-250 знаков. Но для чтения с монитора такая ширина строки неудобна: здесь предпочтительно не более 120-150 символов, т.е. текст как бы растягивается сверху вниз, потому что глаз в процессе чтения утомляется больше при движении по горизонтали, чем при движении по вертикали.

Важнейшее правило, связанное с размещением текста на странице сайта, – обязательное **дробление** его на **небольшие абзацы** с расстоянием между ними, превышающим расстояние между строчками. Такое размещение текста делает его более удобным для быстрого чтения. А чтение в Сети – это, как правило, именно быстрое, «просмотровое» чтение.

Каким языком ОУ говорит о себе³

Сайт является инструментом взаимодействия ОУ и социума. Потенциальные пользователи в основном не принадлежат к профессиональному сообществу. В связи с этим язык материалов должен быть понятным человеку, не связанному с системой образования и не владеющему специальной терминологией. А язык сайтов, которым ОУ говорит о себе, это язык профессиональный, в котором много терминологии, много специфических реалий, не знакомых человеку, находящемуся вне системы.

Сложный профессиональный язык не способствует установлению контакта между ОУ и информационными пользователями его сайта, т.е. сайт с подобными текстами не выполняет свою важнейшую задачу.

³ (Смирнова З.Ю., Ээльмаа Ю.В. «Методические рекомендации по созданию и развитию школьного сайта» РЦОКиИТ, 2008).

Еще один важный момент, связанный с текстами, размещаемыми на сайте: их язык должен быть живым, выразительным, стилистически выверенным и грамотным. Сухие, скучные, официальным языком написанные тексты не сумеют привлечь и заинтересовать пользователя.

Вот несколько требований к языку, которым ОУ говорит о себе в Сети.

- Нужно избегать общих, ничего не значащих фраз, штампов, поскольку они, во-первых, не несут никакой информации, во-вторых, рожают подсознательное недоверие. Если мы пишем о чем-то, то это «что-то» должно подкрепляться примерами, иллюстрироваться.
- Писать для родителей (непрофессионалов) нужно на простом, общедоступном языке, избегая профессиональной терминологии, переводя ее на общедоступный язык, разъясняя наши специфические реалии человеку «вне системы».
- Нужно не просто говорить понятным языком, избегая профессионального сленга, но и объяснять наши образовательные реалии, создавать тот информационный контекст, который сделает написанное понятным родителю.
- У сайта должны быть редактор и корректор – люди, умеющие писать грамотно, выразительно, интересно.

При размещении документа на сайте обращаем внимание на:

- документ должен находиться в соответствующем разделе сайта;
- к документу обеспечен быстрый доступ (не более трех кликов-переходов мыши с главной страницы до искомой информации);
- документ имеет название, позволяющее идентифицировать его содержание;
- содержание документа соответствует его названию и назначению, является действующим, а также не противоречит другим документам, размещенным на сайте;
- текст документа оформлен в полном объеме (с титульным листом), читаем и хорошо различим: официальные документы желательно публиковать в форматах, защищенных от изменений (например, pdf); при наличии в документе печатей и подписей официальных лиц документ размещается с сохранением данных атрибутов;
- рекомендуется размещать документы в течение 10 дней после их принятия.

При оформлении ссылки на информационно-образовательные ресурсы обращаем внимание на:

- ссылки расположены в соответствующем разделе или представлены на главной странице сайта в виде баннеров;
- ссылки открывают сайт, соответствующий названию ссылки;
- если не требуется другого, ссылки открывают главную страницу соответствующего сайта.

Еще несколько советов

- не использовать в качестве фона под текст яркие контрастные картинки: на неравномерном фоне текст становится нечитаемым;
- стараться не использовать в одном дизайне больше трех видов шрифтов;
- не выкладывать тяжеловесных фотографий или картинок на странице - нормальный вес картинки – около 40 кб.

Рекомендации по оформлению сайта образовательного учреждения⁴

Цветовая гамма

Цветовая гамма должна соответствовать профилю ресурса и использовать гармоничные цветовые сочетания. Все цвета выбираются из одной цветовой палитры. Для фона выбирают однотонные, чаще всего пастельные цвета. Цвет фона для всех страниц в рамках одного раздела необходимо сохранять. При переходе от раздела к разделу следует варьировать только оттенок цвета. Цвета текста и фона должны быть контрастными, например, темные буквы на светлом фоне, реже светлые буквы на темном фоне. Избегайте цветных текстов без крайней необходимости.

Расположение текста

Текст должен иметь поля слева и справа. Зона текста (абзац) должна охватываться глазом и центрироваться по горизонтали. Общепринятый объем текста одной страницы – 2-3 экрана. Текст должен быть удобочитаемо форматирован. Расстояние между абзацами должно быть оптимальным (абзацы не должны слипаться или быть сильно удалены друг от друга).

Шрифты

Рекомендуется выбирать типовые (не декоративные) шрифты, для больших текстовых блоков. Размер шрифта не меньше 10 пунктов.

Заголовок фрагмента должен подходить к нему по смыслу. Для заголовков выбирают размер шрифта отличающийся по размеру от основного текста на 2-3 пункта и/или иной шрифт.

Акценты

Информация на странице должны быть структурирована таким образом, чтобы была ясна последовательность восприятия информации. Для акцентирования и структурирования, либо ранжирования материала используются например:

- цветовые рамки и заливки;
- местоположение;
- шрифт или его размер;
- выравнивание, отступы или интервалы;
- выделение абзаца маркером (списки).

Не желательно использовать для цвета рамки и заливки слишком яркие цвета, отвлекающие от контента.

Таблицы

Каждая таблица должна иметь «шапку», ее содержимое должно иметь одинаковое форматирование. Текст таблицы не должен быть прижат к ее границам.

Рисунки

Все внедренные рисунки должны иметь форматы читаемые большинством браузеров.

Рисунки должны соответствовать тексту. Размеры рисунка выбираются в соответствии с текстом, который они сопровождают. Все рисунки одной страницы (одного файла) должны быть размера, которые указываются явно при создании Web-страницы. В идеале рисунок должен сопровождаться описанием и альтернативным текстом.

Рисунок при необходимости выделяют рамкой, не отвлекающей внимание от содержания рисунка.

Аудио и видео

⁴ Скуленкова М. В. «Методические рекомендации по разработке сайта образовательного учреждения», МОБУДОД ДДЮТ Всеволожского района ЛО.

Ссылки на файлы данного типа предназначенные для скачивания должны содержать информацию о формате и объёме. Поток аудио и видео должно быть оптимизировано.

Навигация

Главная навигация может быть только одна (она не должна дублироваться). В случае наличия длинных страниц ссылки главной навигации могут быть продублированы внизу страницы (вспомогательная навигация). Страницы, которые имеют размер 2-3 экрана, должны иметь ссылки (якоря), позволяющие перейти к началу страницы. Главная навигация должна быть выделена явным образом и отличаться по рангу от локальной (если она есть) навигации. Главная навигация должна размещаться на всех страницах сайта не меняя своего положения, за исключением страниц открывающихся в отдельном окне. В рамках раздела переход от страницы к странице должен быть организован через локальную навигацию, перекрестные ссылки (от страницы к странице) допускаются только как вспомогательные.

Первая страница не должна содержать ссылку сама на себя, исключая перезагрузку уже открытой страницы.

Полная структура файлов образовательного ресурса должна быть приведена в карте сайта.