

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Гуманитарный институт

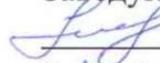
институт

информационных технологий в креативных и культурных индустриях

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 М.А. Лаптева

« 22 » 06 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

09.03.03.14 «Прикладная информатика в области искусства и гуманитарных наук»

код – наименование направления

Разработка сайта «Овсянка. Мемориальный комплекс В.П. Астафьева»

тема

Руководитель

 24.06.16.

подпись, дата

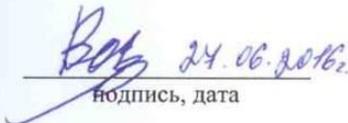
ст. преподаватель

должность, ученая степень

Т.В. Зыкова

инициалы, фамилия

Выпускник

 24.06.2016.

подпись, дата

И.А. Болотов

инициалы, фамилия

Красноярск 2016

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Сайт
Мемориального комплекса В.П. Астафьева «Овсянка»

Консультанты по
разделам:

_____	_____	_____
наименование раздела	подпись, дата	инициалы, фамилия
_____	_____	_____
наименование раздела	подпись, дата	инициалы, фамилия
_____	_____	_____
наименование раздела	подпись, дата	инициалы, фамилия

Нормоконтролер

_____  27.06.2016, _____
подпись, дата инициалы, фамилия

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теория реализации сайтов.....	6
1.1 Общие положения	6
1.2 Основные элементы сайтов.....	7
1.3 Рассматриваемые сайты.....	12
1.3.1 Общие положения	12
1.3.2 Анализ контента	12
1.3.3 Анализ дизайна	24
1.3.4 Анализ поддержки.....	30
2 Разработка сайта.....	37
2.1 Подготовка к разработке сайта	37
2.2 Выбор дизайна	41
2.3 Первоначальное наполнение контентом.....	44
2.4 Дальнейшее функционирование	50
Заключение	52
Список использованных источников	54

ВВЕДЕНИЕ

Пожалуй, очень сложно переоценить значение сохранения культурного наследия и истории. Однако сложность этой задачи не уступает её важности, ведь с каждым годом технологии и мировые тенденции шагают вперед, требуя соответствовать им для поддержания интереса и привлечения внимания новых поколений к этим важнейшим элементам нашего бытия. К сожалению, далеко не все музеи и мемориальные комплексы успевают за постоянным потоком технологических новшеств, по меркам истории практически мгновенно сменяющихся друг друга.

Виктор Петрович Астафьев – один из самых выдающихся писателей СССР и РФ. Прозаик, эссеист, драматург, в своём творчестве Виктор Петрович раскрывал, прежде всего, военно-патриотическую и деревенскую темы, весьма актуальные для нашей страны с учетом её истории – как в дни его жизни, так и в настоящее время. В произведениях русского писателя сурово, на грани угрозы цензуры, изображены самые горькие аспекты войны с точки зрения простого солдата, одного из миллионов других таких же солдат, на которых держится любая армия, которые кладут свои жизни на алтарь войны, лишь для того, чтобы в итоге все почести достались их командирам. Таким образом Виктор Петрович надеялся показать своим современникам, насколько ужасна война, а также то, как важно никогда не повторять ошибок прошлого.

Книги Астафьева были чрезвычайно популярны в СССР и за рубежом, они издавались многомиллионными тиражами и были переведены на многие языки мира. И, хотя в 2002 году в родном селе выдающегося писателя был открыт Мемориальный дом-музей, по состоянию на первую половину 2016 года у данного Мемориального комплекса нет собственного веб-представительства, что совершенно недопустимо в наши дни.

Ни для кого не секрет, что в наше время интернет является ключевым способом распространения информации того или иного характера, для тех или иных целей. Во всем этом многообразии, однако, реклама и привлечение

потенциальных клиентов является одним из самых заметных и активно используемых направлений. За последние несколько лет интернет, уверенно вытесняя собой на второй план все прочие средства массовой информации, стал важнейшим аспектом любой организации, ставящей перед собой культурно-просветительские цели. Именно поэтому актуальность сайтов для любых мемориальных комплексов, музеев, равно как и для подобных им культурных объектов, довольно высока сейчас – а в будущем будет только расти. Тем не менее, каких-либо исследований, касающихся данного аспекта, относительно мало, и для создания эффективного веб-представительства требуется дополнительный сбор данных.

Целью данной бакалаврской работы является создание сайта для Мемориального комплекса В.П. Астафьева в селе Овсянка. Это можно поделить на несколько задач:

- поиск и анализ элементов доступных сайтов культурных объектов;
- определение сильных и слабых сторон сайтов в целом;
- формулировка возможных рекомендаций для улучшения сайтов в целом;
- использование уже имевшихся и полученных знаний для создания сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева.

После сдачи бакалаврской работы конечный продукт может быть использован по прямому назначению администрацией Мемориального комплекса В.П. Астафьева.

1 Теория реализации сайтов

1.1 Общие положения

Прежде, чем начать подробный анализ фундаментальных факторов создания и содержания сайта, нам, конечно же, нужно разобраться, что эти самые основополагающие факторы в себя включают. Для этого нам, прежде всего, необходимо выяснить предназначение сайта в нашем конкретном случае. Ведь, как и с любым другим делом, индивидуум всегда должен четко представлять то, зачем это делается, в противном случае результат может оказаться ни на что негодным.

Как и в большинстве других случаев, наш сайт должен привлекать внимание и вызывать заинтересованность у людей. Для этого нам необходимо убедиться в следующих пунктах:

- сайт имеет неперегруженную информацией главную страницу;
- дизайн сайта не вызывает у пользователей желания как можно скорее покинуть веб-страницу;
- на сайте присутствует достаточное количество контента и информации, к которым пользователь может легко получить свободный доступ;
- вся информация на сайте является актуальной, своевременной и проверенной.

С первым пунктом, вероятнее всего, не должно возникнуть каких-либо сложностей, он говорит сам за себя и не нуждается в более подробном рассмотрении. На оставшихся трех пунктах автор данного текста считает необходимым остановиться подробнее, выделив три основных элемента реализации сайтов: контент, дизайн, поддержка.

Безусловно, нельзя утверждать, что более мелкие элементы не имеют никакого значения для сайта, однако их стоит рассматривать в тандеме с основными элементами, а также на практическом примере.

1.2 Основные элементы сайтов

Контент (от англ. content – содержание) – это, по сути своей, всё, что присутствует на сайте: текстовое содержание, изображения и фотографии, аудио и видео, а также другие всевозможные файлы любых расширений. Обычно (но не всегда) контент доступен посетителям сайта как для просмотра, так и для скачивания.

Известный веб-дизайнер А. Лебедев, затрагивая тему распределения контента по сайту, в своей работе отмечает, что «в интерфейсах логика важнее эстетики. Данным утверждением автор вовсе не благословляет функциональное уродство, а всего лишь выражает сомнение в том, что есть смысл раскрашивать труп» [1].

Начать стоит, пожалуй, с самого важного элемента любого сайта, обыкновенно именуемого контентом, а также доступа к нему.

Об этом будущему владельцу сайта необходимо подумать еще до того, как начнется непосредственная работа, ведь структура сайта должна быть создана именно под нужды контента. Вне всякого сомнения, приятный внешний вид, за который отвечает дизайн, имеет большое значение, но какой от него толк, если сайт не сможет предоставить потенциальному посетителю необходимую ему информацию?

И, конечно, не стоит забывать, что информация должна быть подана в удобной и доступной для посетителя форме. «Главное – это создание среды для максимально комфортного способа донесения информации до потребителя и обеспечение удобной и эффективной обратной связи. Без осмысленного содержания ваш сайт не завоеует ключевую аудиторию» [2].

Некоторые веб-студии предлагают услугу контент-менеджмента, то есть наполнения сайта контентом. В ряде случаев в это понятие может быть включено только размещение информации на сайте при помощи CMS (Система Управления Содержимым), в других – еще и создание самого контента копирайтерами, фотографами и другими сотрудниками. Эта работа необходима

как в процессе создания сайта, так и в период его дальнейшего функционирования.

Здесь стоит пояснить, чем конкретно является CMS. CMS – «это программа, которая помогает владельцам управлять содержимым сайта, не требуя от них при этом каких-либо особых знаний и навыков» [15].

В случае, если владелец сайта хочет заниматься контентом самостоятельно, необходимо помнить следующий минимум:

Контент должен быть уникальным. Это можно проверить, проанализировав наличие контента (например, текстового) на других сайтах при помощи поисковых систем. Помимо очевидного факта того, что привлечь посетителя должен именно контент, касающийся именно вашего музея, в том случае, если контент на сайте не будет уникальным, сайт может получить бан (блокировку) в поисковых системах и не будет выводиться как результат поиска в них.

Важной деталью является соответствие контента, в первую очередь текстового, алгоритмам поисковых систем. В частности, это касается наличия ключевых слов и ликвидации переспама.

Здесь необходимо пояснить, что такое «тошнота». «Тошнота (переспам) – это соотношение ключевых слов и фраз остальному тексту» [3].

Актуальность и своевременное обновление информации. Этот пункт будет рассматриваться подробнее в третьем параграфе этой главы, а потому здесь просто упоминается.

Аудит контента. Даже если сайт делается своими руками, не лишним будет предоставить специалистам проанализировать наполнение сайта с точки зрения его соответствия поставленным целям и задачам. В ходе такого анализа специалисты могут выявить и исправить ошибки, повторы, исключить нехватку информации. К примеру, юрист может проверить тексты на соответствие законодательству, а копирайтер – на грамотность и стилистику.

Не лишним будет проанализировать сайты конкурентов и сделать выводы о том, что есть у них такого, чего нет у Вас.

Безусловно, дизайн сайта имеет большое значение, играя значительную роль в привлечении потенциальных посетителей, и именно поэтому автор данной работы выделяет его в качестве одного из трех «столпов» в теории создания сайтов. Для понимания ситуации, в качестве параллели с контентом и дизайном можно привести тарелку с супом: контент является содержимым тарелки, определяет вкусовые качества блюда, а дизайн – это сама тарелка, и едва ли вам захочется, при наличии альтернативы, есть из грязной и изношенной посуды, даже если сам суп будет обладать неповторимым, в хорошем смысле этого слова, вкусом.

В этой части работы автор считает нужным вновь обратиться к «Ководству»: «В дизайне законов нет. Не было и не будет. Есть рекомендации, советы, житейский опыт. Есть «десять главных ошибок» и «семь золотых правил». А законов нет» [1].

Действительно, если в случае с контентом будет разумным придерживаться определенных правил, то с дизайном все далеко не так просто и однозначно. Здесь в принципе невозможно наличие строгих правил, ибо создание дизайна – процесс полностью творческий, который нельзя ограничивать. Тем не менее, существует множество рекомендаций, касающихся данного аспекта и являющихся собой помощь как начинающему дизайнеру, так и заказчику дизайна. Здесь будут приведены самые важные из них, с точки зрения автора данной работы:

Необходимо выделить определенную целевую аудиторию сайта. И, хотя для музеев она может быть в целом достаточно обширной, этот пункт все равно будет являться одним из важнейших: задача сайта, в первую очередь, заинтересовать потенциального посетителя музея, а не заставить любоваться сайтом тех, кому сам музей никогда интересен не был и не будет. Сделать сайт для нескольких целевых аудиторий – сложная и не оправдывающая усилий процедура, и в конечном итоге такая попытка угодить всем с большой долей вероятности может привести к провалу сайта.

Выделив целевую аудиторию, необходимо понять, что этой аудитории нужно. Опираясь на конкретные общественные устои, нужно хотя бы примерно представлять её реакцию на те или иные вещи; понимать, по каким критериям потенциальный посетитель выбирает музей, почему может отказаться от посещения или предпочесть посетить другое место. Нужно помнить о том, что даже если сайт нравится вам и вашим друзьям, это еще вовсе не означает аналогичной реакции целевой аудитории.

О важности дизайна в своём учебнике говорит Ч. Вин: «Графический дизайн, дорабатывавшийся и развивавшийся на протяжении XX века, заложил весьма богатую основу как для печатного, так и для графического творчества. Его теория и практика очень важны для понимания того, как люди воспринимают информацию и влияют на нее» [4].

Опираясь на предыдущие два пункта, подобрать соответствующий стиль, графическое наполнение сайта, фон, шрифты и т.д. Чрезвычайно важно при этом не делать дизайнерских решений, которые урезают необходимый сайту контент или делают сайт неудобным для посещения и навигации.

Для того, чтобы сайт полноценно функционировал, после создания ему необходимо обеспечить поддержку или сопровождение. Регулярное наполнение как таковое является одним из основных признаков жизнеспособности сайта. Актуализация контента тоже входит в данный пункт, являясь необходимым условием для конкурентоспособного сайта, ведь устаревшая или неверная информация на ресурсе вводит в заблуждение потенциальных посетителей и производит негативное впечатление о музее в целом. Более того, свежесть информации уже давно является одним из критериев релевантности в различных поисковых системах. Не стоит, конечно же, забывать и техническую сторону данного элемента: что толку от сайта, который не могут посетить? Приводя во внимание все вышесказанное, автор считает очевидным то, что поддержка является одним из «столпов» сайтостроения и не может игнорироваться любыми уважающими себя организациями, в частности музеями.

Стоит пояснить, что же имеется ввиду под словом «релевантность». «Слово релевантность означает соответствие между желаемой и действительно получаемой информацией» [5].

Как и в случае проектирования сайта, для качественной поддержки сайта будет разумно нанять специалиста, либо воспользоваться услугами соответствующей организации. Здесь можно привести следующие рекомендации:

Сайту необходимо постоянное внимание, поскольку промедление в обновлении или длительные технические проблемы могут стать причиной негативного первого впечатления о музее, что совершенно неприемлемо. Нельзя допускать наличия устаревшей информации в принципе. Без постоянной поддержки любой, даже самый красивый, грамотно разработанный, интересный и полезный для потенциальных посетителей сайт со временем станет набором заброшенных, никому не нужных страниц с устаревшей и совершенно неактуальной информацией. Какой-либо пользы от такого сайта не будет, и даже наоборот, такой ресурс создаст музею мощную антирекламу.

Обеспечивая сайту постоянную поддержку, нельзя забывать о качестве предоставляемого контента: совершенно недопустимы орфографические, грамматические ошибки, а также неуникальная информация. Все это ведет к потере репутации и, как следствие, интереса к музею.

Помимо, собственно, качества, нужно помнить и о тематике контента. Потенциальный посетитель, находясь на ресурсе, не должен забывать о том, что это сайт музея. Поэтому материалы, предоставленные на ресурсе, должны иметь хотя бы косвенное отношение к главной тематике, иначе сайт теряет всякий смысл и, как следствие, становится бесполезным для его владельца даже при условии большой посещаемости.

1.3 Рассматриваемые сайты

1.3.1 Общие положения

Невозможно провести полноценное исследование и получить полезные на практике знания без учета чужого опыта. К счастью, в этом плане недостатка в информации не наблюдается: интернет пестрит огромным количеством самых разных сайтов, разнящихся как по предназначению, так и по качеству. Среди всего этого многообразия, конечно же, нашлось место и для сайтов музеев.

К сожалению, не у всех музеев есть свои сайты, однако, вместе с тем, присутствуют и те, что действительно хорошо проработаны. В данной бакалаврской работе будут рассмотрены несколько примеров, в качестве разных ситуаций. Следует отметить, что в приведенных рассуждениях автор данного текста опирается прежде всего на приведенные в библиографическом списке источники, стараясь быть как можно более объективным и непредвзятым.

1.3.2 Анализ контента

Начать хотелось бы с одного из лучших примеров сайта музея в целом. Сразу хочется отметить, что это единственная музей-усадьба Красноярского края, имеющая полностью посвященный ей сайт на просторах сети Интернет. На рисунках 1, 2 и 3 изображены разные страницы данного сайта.

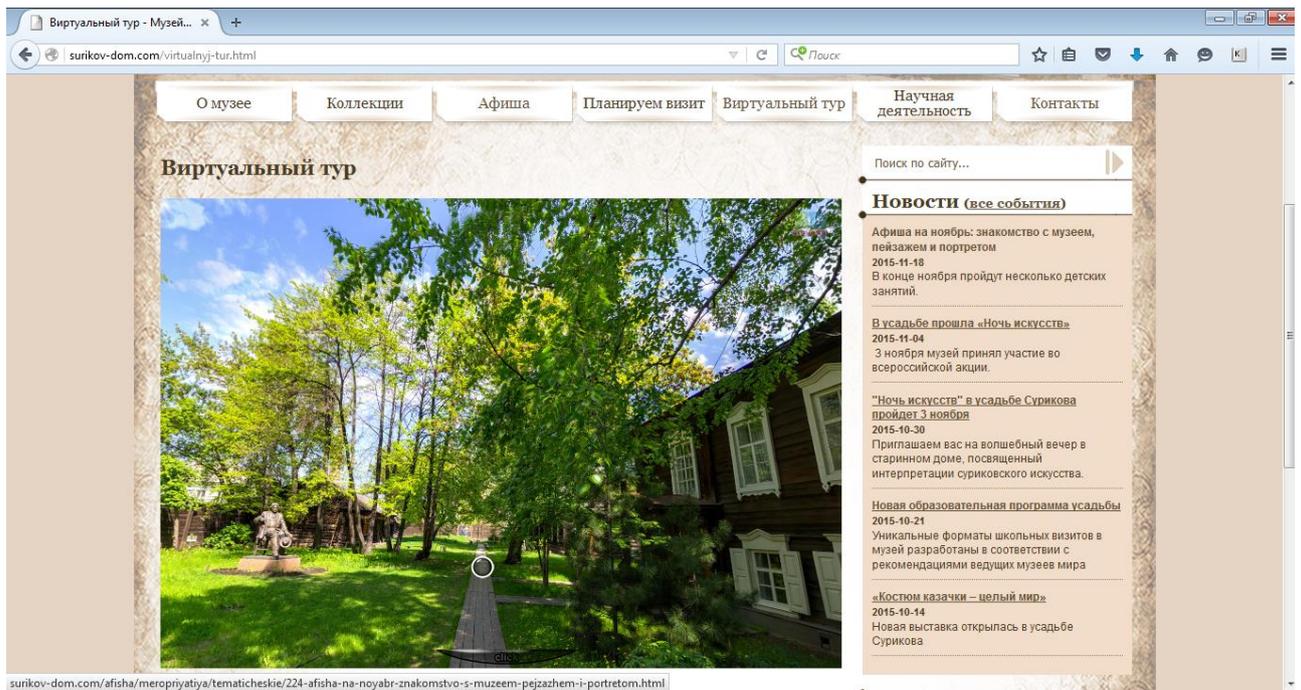


Рисунок 1 – Виртуальный тур по музею-усадьбе Сурикова

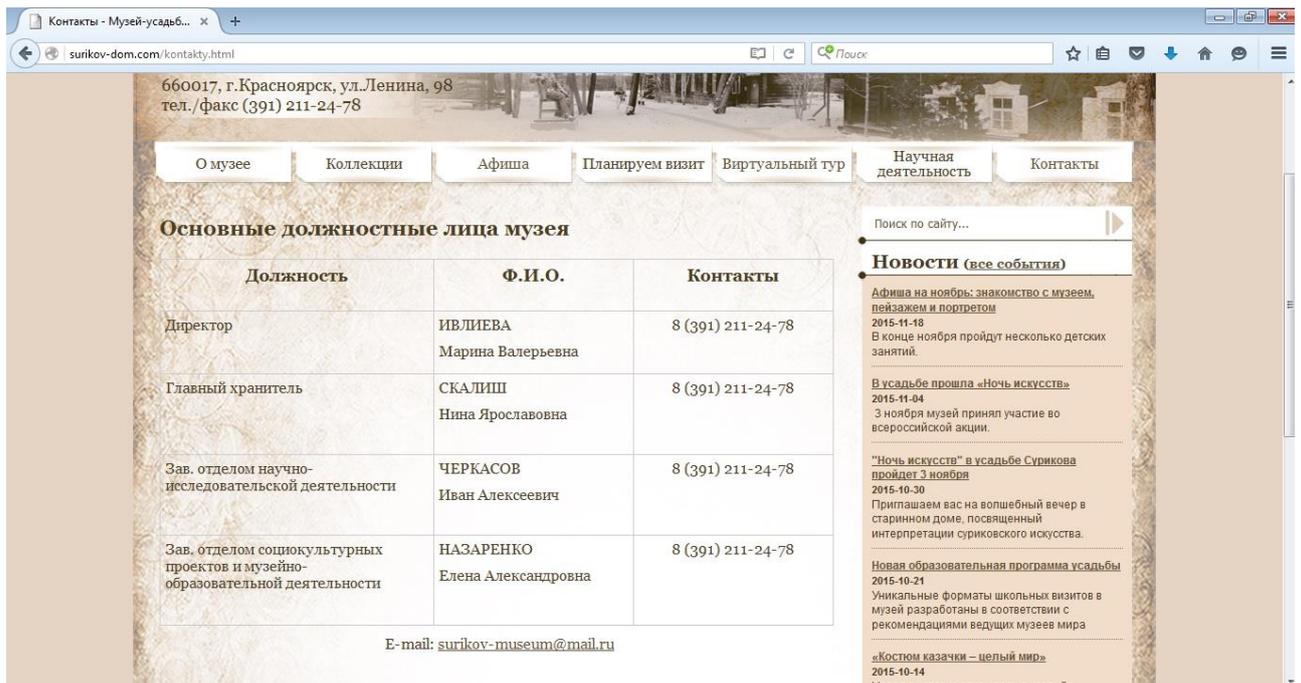


Рисунок 2 – Контакты на сайте музея-усадьбы Сурикова



Рисунок 3 – История музея усадьбы Сурикова

Уже при первом взгляде на сайт музея-усадьбы В. И. Сурикова [6] становится очевидно, что его владельцы уделили большое внимание наполнению. Присутствует вся необходимая для посещения информация (контакты, адрес), отведено отдельное место для истории музея, присутствуют фотографии и публикации музея-усадьбы в различных СМИ. Отдельно хотелось бы отметить наличие трехмерного виртуального тура, что даже сегодня встречается далеко не у всех музеев.

Контент на сайте уникален, относится непосредственно к тематике сайта и, конечно же, актуален. Таким образом, ссылаясь на приведенный в данной курсовой работе теоретический материал, можно сделать вывод, что контент является сильной стороной данного сайта.

Следующий сайт содержит информацию о нескольких своих филиалах. На рисунках 4, 5, 6 и 7 изображены разные страницы данного сайта.



Рисунок 4 – Виртуальный тур по Красноярскому краевому краеведческому музею

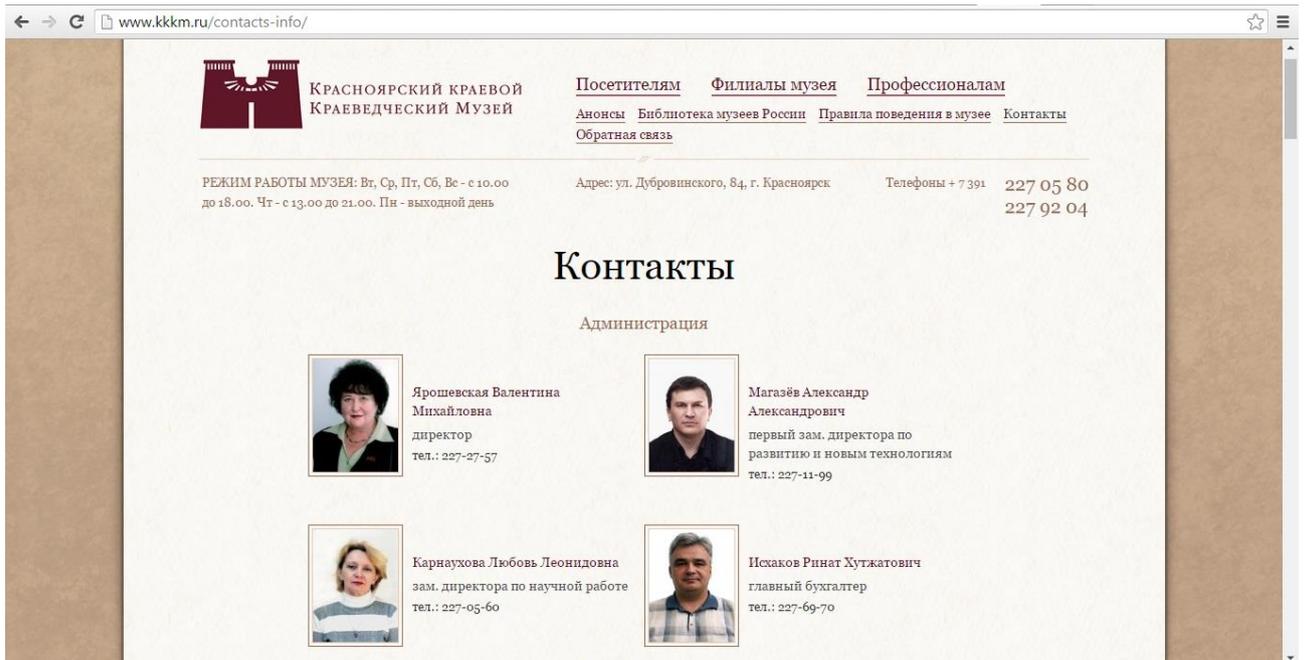


Рисунок 5 – Контакты Красноярского краевого краеведческого музея

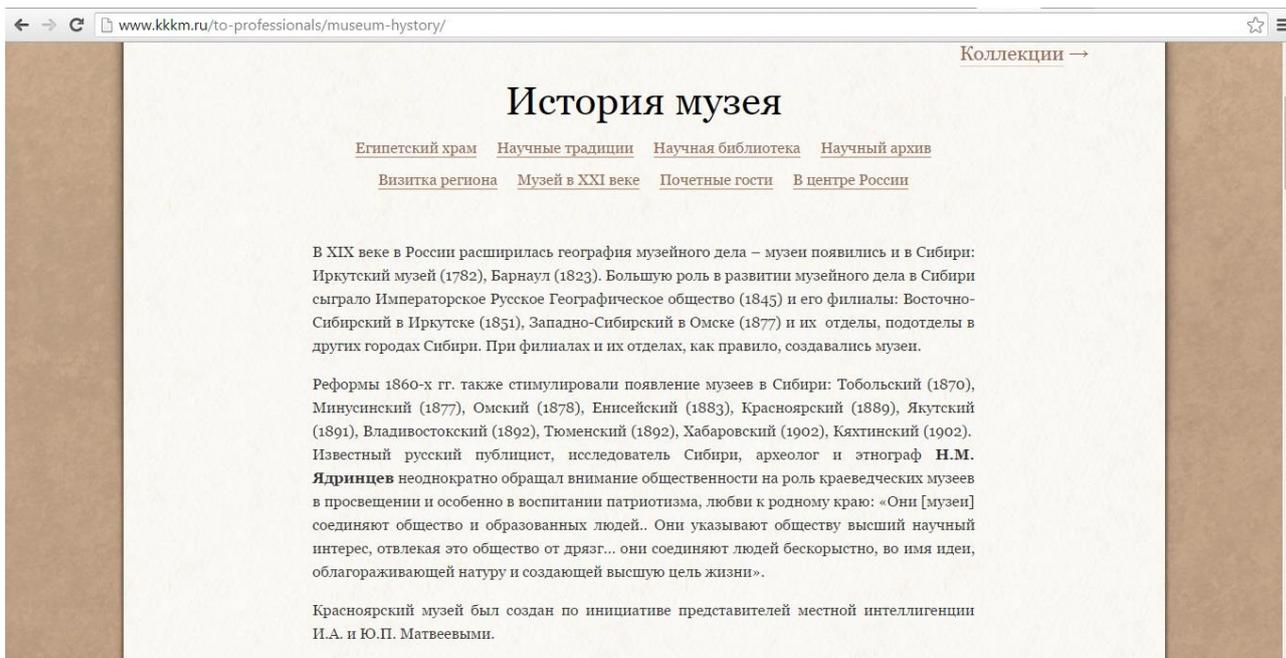


Рисунок 6 – История Красноярского краевого краеведческого музея

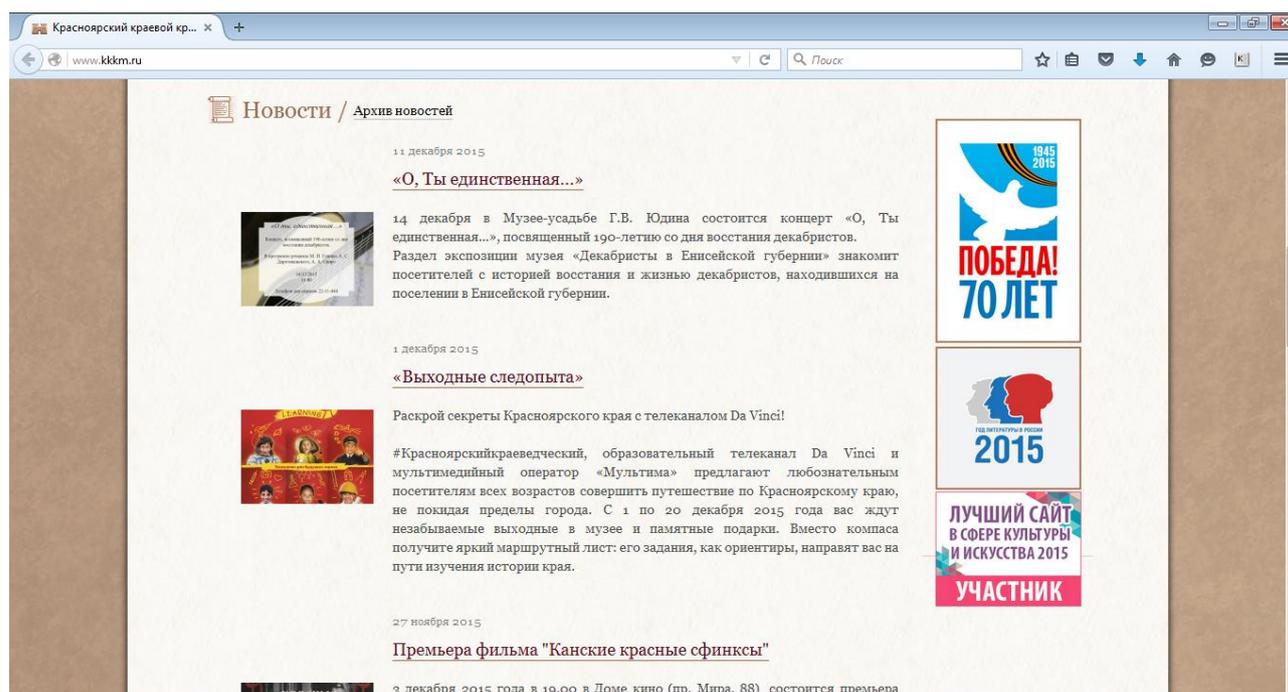


Рисунок 7 – новость на сайте Красноярского краевого краеведческого музея, касающаяся музея-усадьбы Юдина

Как и в предыдущем случае, сайт Красноярского краевого краеведческого музея [7] – один из примеров сайтов, изобилующих контентом. Здесь также имеется вся необходимая информация и виртуальный тур. Вне всякого сомнения, в качестве веб-представительства Красноярского краевого

краеведческого музея этот сайт весьма эффективен и является достойным похвалы. Но здесь есть одно «но»: данный сайт представляет не только Красноярский краевой краеведческий музей, но и несколько других филиалов этого музея, например, музей-усадьбу Г.В. Юдина.

Увы, как и у большинства других музеев-усадьб, несмотря на свою значимость, т.н. «Юдинка» не имеет полностью посвященного ей сайта. Так как данный музей-усадьба является филиалом Красноярского краевого краеведческого музея, информация о ней, соответственно, располагается на принадлежащем к данному музею сайте.

Нужно отметить, что этот сайт хорошо знаком автору данной бакалаврской работы, именно его рассматривал автор в своей научной статье [12]. С тех пор, конечно, мало что изменилось. К сожалению, пытаюсь разорваться на несколько своих филиалов, данный веб-ресурс предоставляет довольно мало материалов о каждом из них по отдельности. Конечно, здесь есть необходимая для визита информация, а также история филиалов, но о более подробном освещении конкретного филиала здесь не идет. Необходимый минимум, не более. Но винить в этом администрацию никак нельзя: попытка уместить на сайте большой объем информации о каждом из филиалов привел бы лишь к переполнению сайта информацией, для которой просто нет места.

Далее в данной работе будет рассмотрен сайт, содержащий информацию о Енисейском музее-усадьбе «Фотоизба». Стоит отметить, что данный музей не только не имеет посвященного ему сайта, но и не является филиалом музея, сайт имеющего. Поэтому вся доступная информация о нём в сети Интернет содержится на сторонних ресурсах, и в данном случае будет рассмотрен тот ресурс, который поисковые системы при запросе выдают первым. На рисунке 8 изображена данная страница.

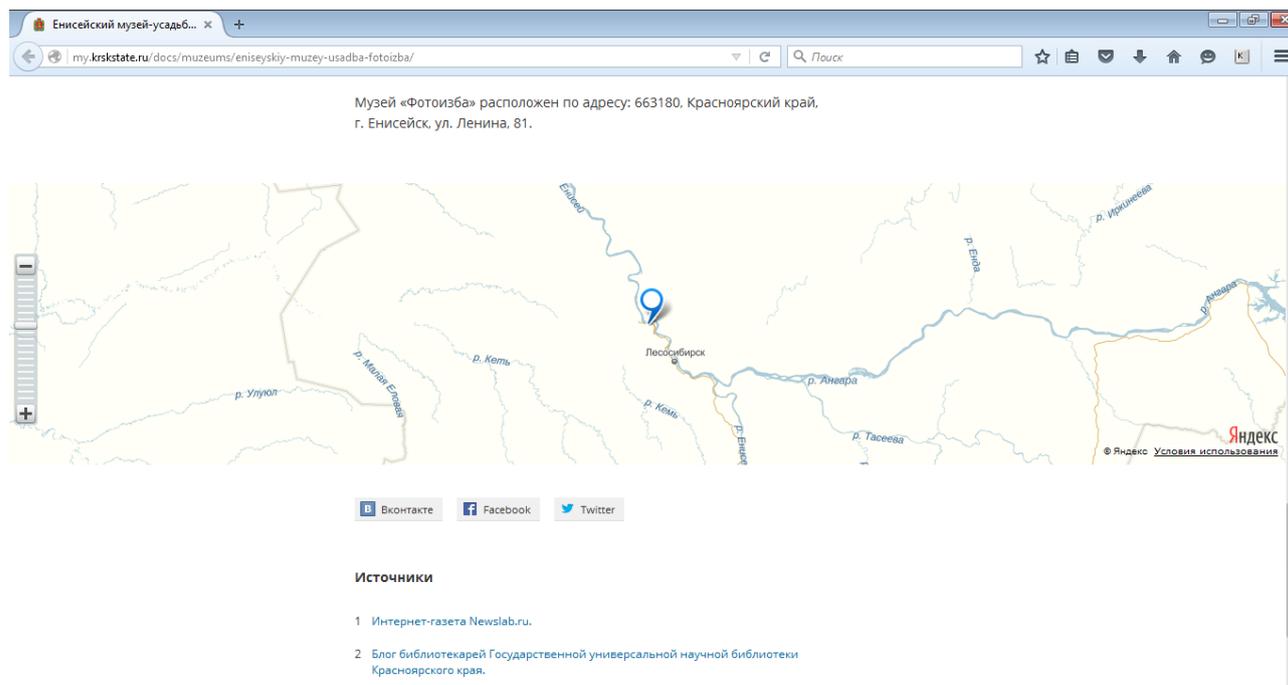


Рисунок 8 – Адрес и положение на карте музея-усадьбы «Фотоизба»

Контент, касающийся данного музея, весьма скуден. Одна фотография, вырезка из цикла программ «Непотерянный рай», краткая история, контакты, а также информация о местоположении музея – вот и все, что предлагает нам данный сайт. Очень мало и без какого-либо разбора деталей.

Однако отвлечемся от рассматривания сайтов музеев нашей страны и обратим внимание на иностранный опыт в этом аспекте. Как показывает практика, очень многое можно почерпнуть из деятельности наших иностранных коллег, в первую очередь из-за того, что в странах запада интернет – явление более развитое и укоренившееся, чем в России.

Итак, один из самых знаменитых музеев в мире, Британский музей в Лондоне, конечно же, имеет своё собственное веб-представительство. На рисунках 9, 10, 11 и 12 изображены разные страницы данного сайта.

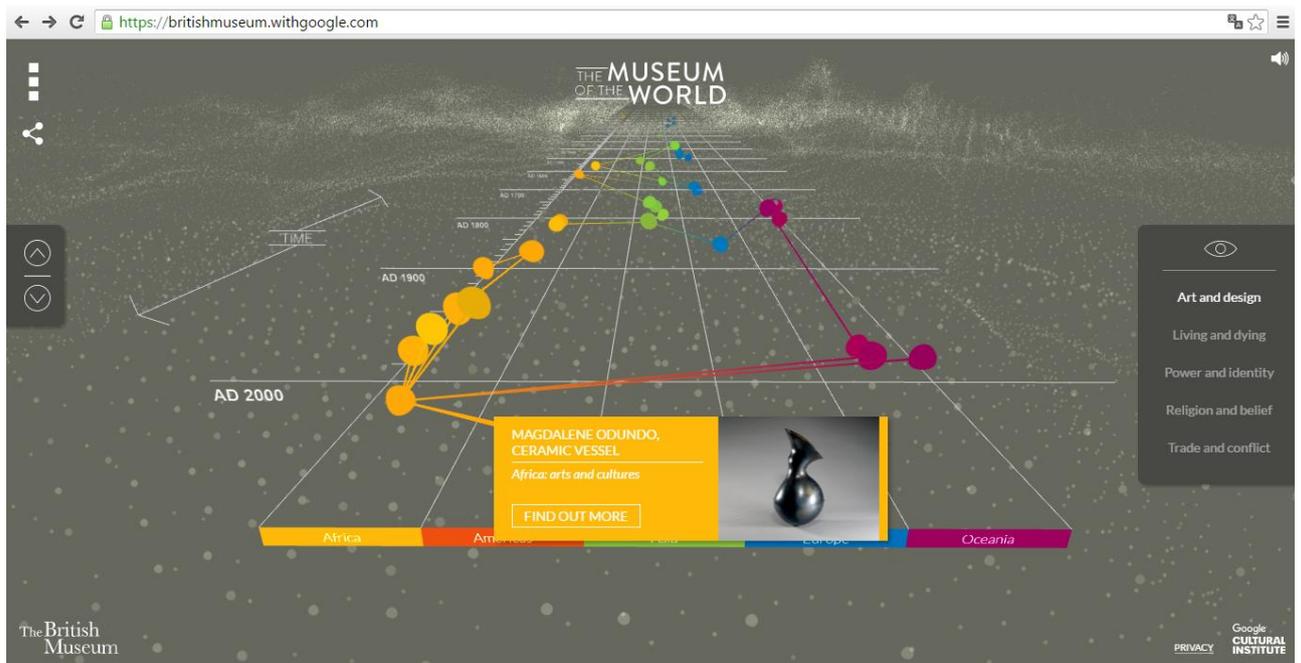


Рисунок 9 – Виртуальный тур Британского музея

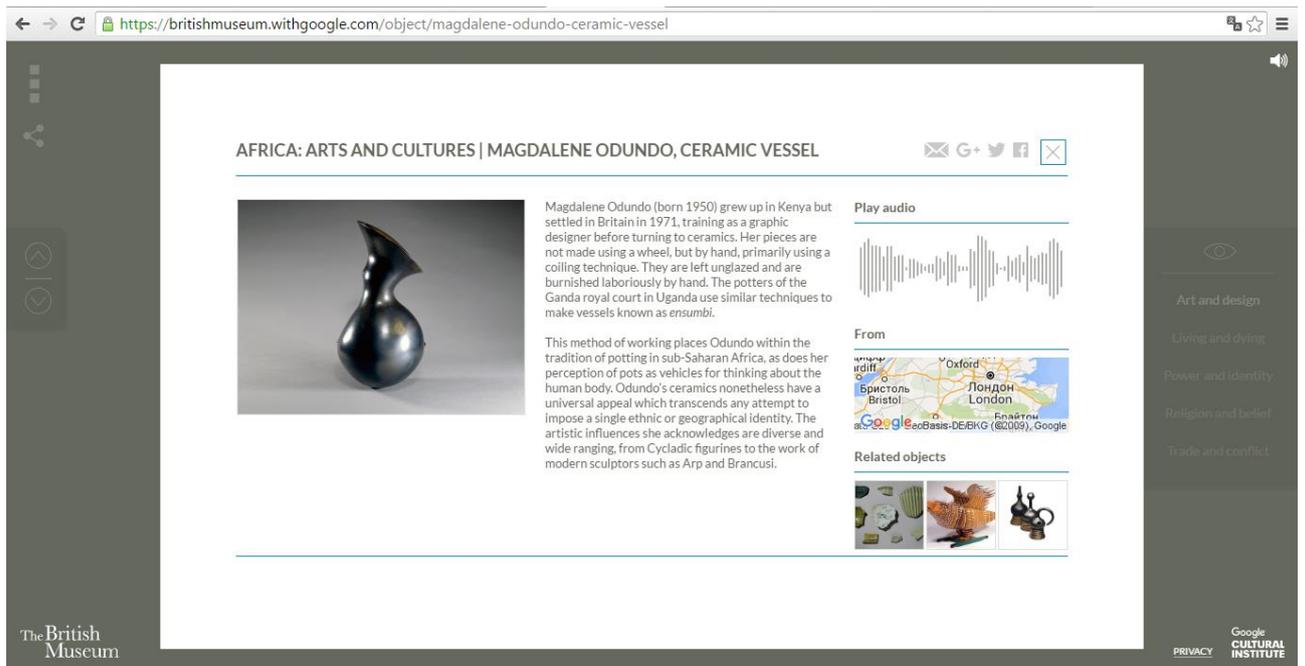


Рисунок 10 – Виртуальный тур Британского музея

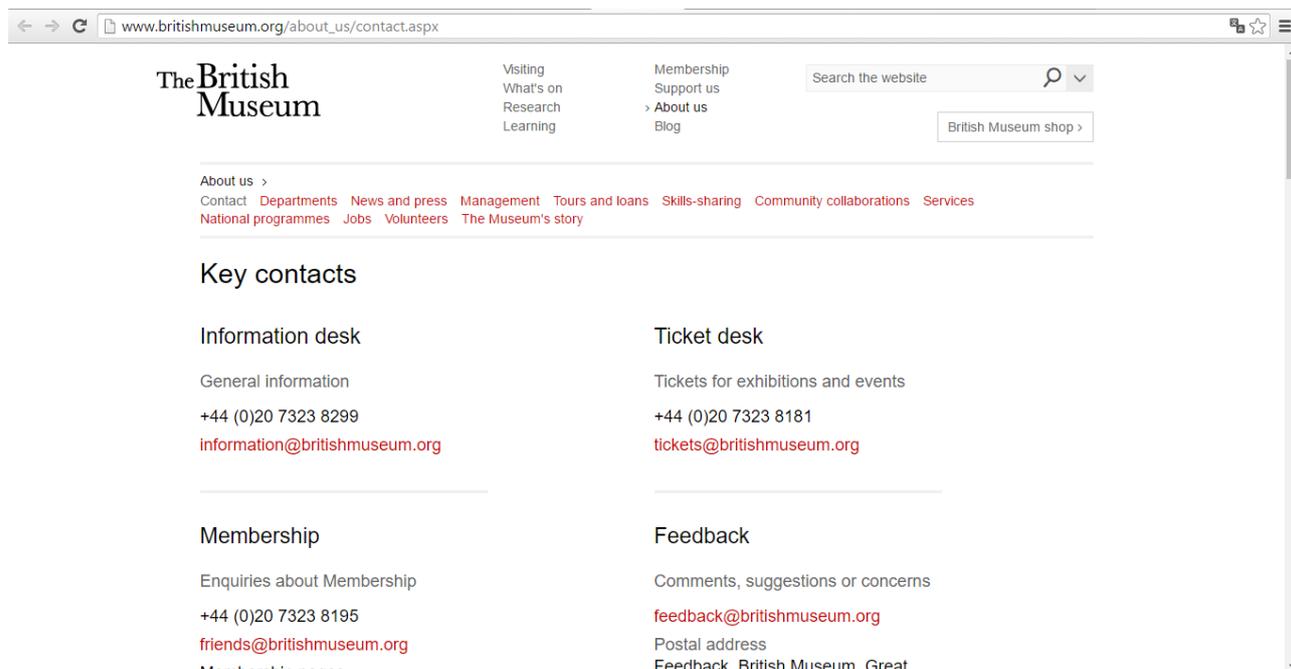


Рисунок 11 – Контакты Британского музея

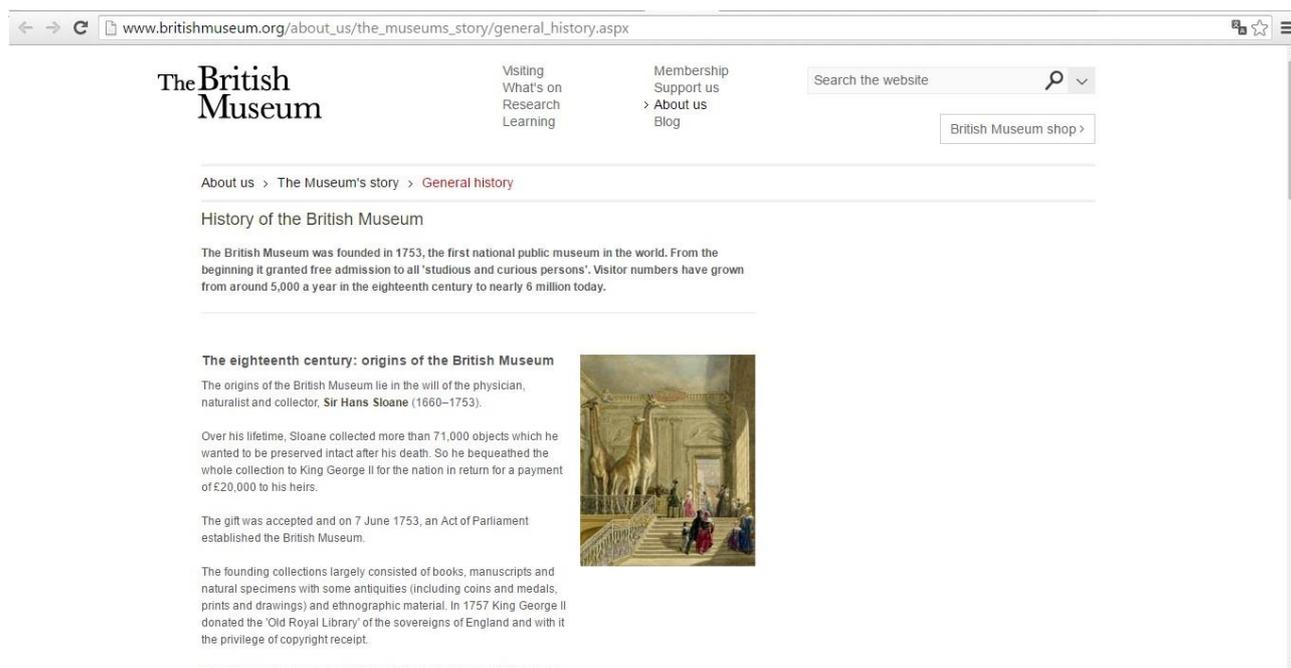


Рисунок 12 – История Британского музея

Прежде всего нужно сказать, что количество информации, предоставленной на сайте Британского музея [8] заметно превышает объемы оной на любом найденным автором данной бакалаврской работы русском сайте музея. Виртуальный тур музея выполнен в довольно необычном, но крайне интересном формате, очень подробно рассказывающим посетителю сайта о

экспонатах. А простой, удобный и интуитивно понятный интерфейс обеспечивает легкий доступ ко всему содержимому сайта.

Здесь, по мнению автора данной бакалаврской работы, нет никаких недостатков, и лишь одно замечание он считает уместным: на этот сайт явно были потрачены значительные средства и проделана большая работа нескольких людей, что, конечно, далеко не всегда может быть возможно для более маленьких музеев и мемориальных комплексов.

Государственный Эрмитаж – пожалуй, один из самых знаменитых музеев России, если не самый знаменитый. Было бы очень странно обнаружить, что у такого музея нет своего сайта и он, конечно же, имеется [9]. Страницы сайта изображены на рисунках 13, 14 и 15.

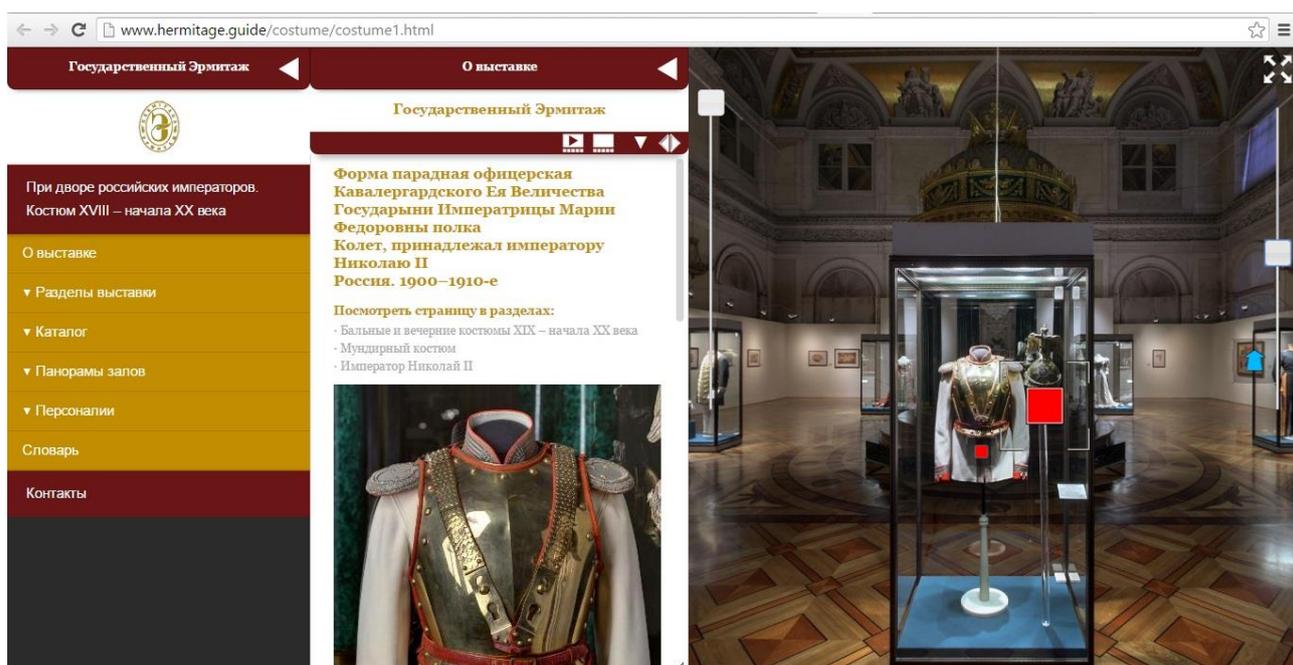


Рисунок 13 – Виртуальный тур по Государственному Эрмитажу

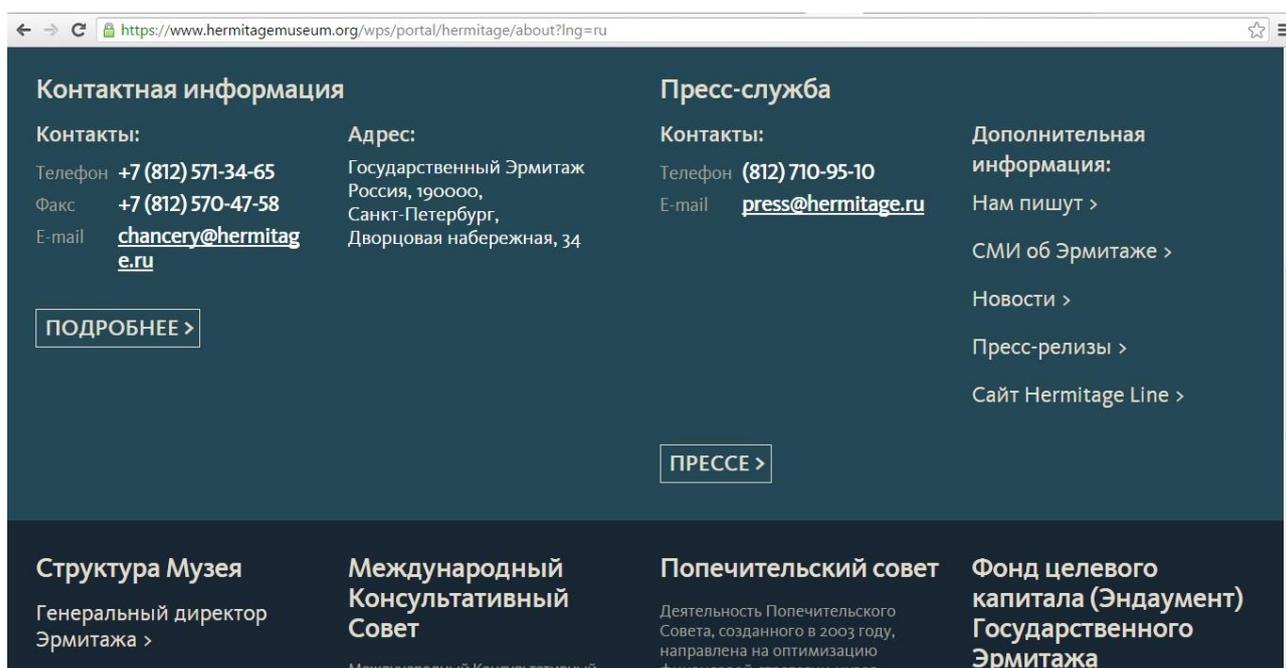


Рисунок 14 – Контакты на сайте Государственного Эрмитажа

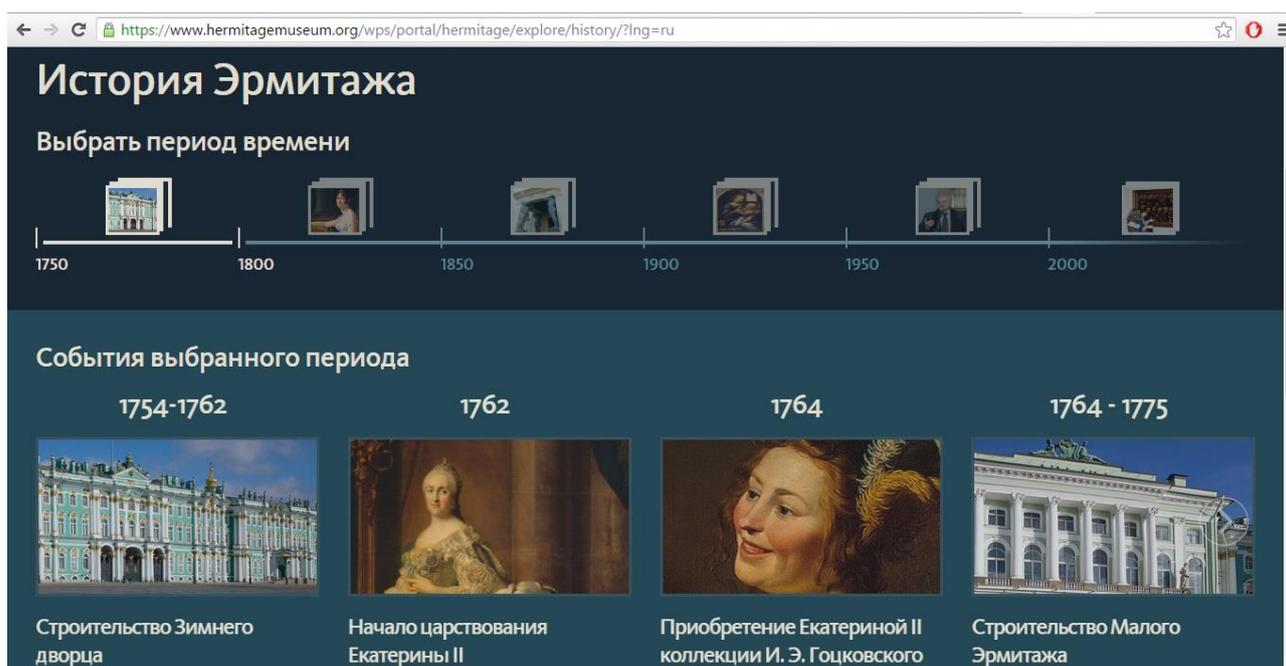


Рисунок 15 – История Государственного Эрмитажа

Как и в случае с Британским музеем, такой значительный музей, как Государственный Эрмитаж, просто обязан иметь внушительное количество контента на сайте, что и можно увидеть на изображениях. Тем не менее, пожалуй, главным минусом в данном случае является доступ к этому самому контенту.

Как уже было сказано раньше, обильность информации – это, безусловно, плюс, однако с этим можно и переборщить. Среди всего этого нагромождения контента у автора возникли некоторые сложности с нахождением нужной ему информации.

Данный сайт был бы куда более эффективен, если бы имел менее перегруженную информацией главную страницу и более удобный для пользователей интерфейс, в первую очередь это касается расширения или пересмотра пунктов меню и разделов сайта.

1.3.3 Анализ дизайна

Здесь первым снова будет рассмотрен сайт музея-усадьбы В.И. Сурикова [6]. На рисунке 16 изображена главная страница сайта.

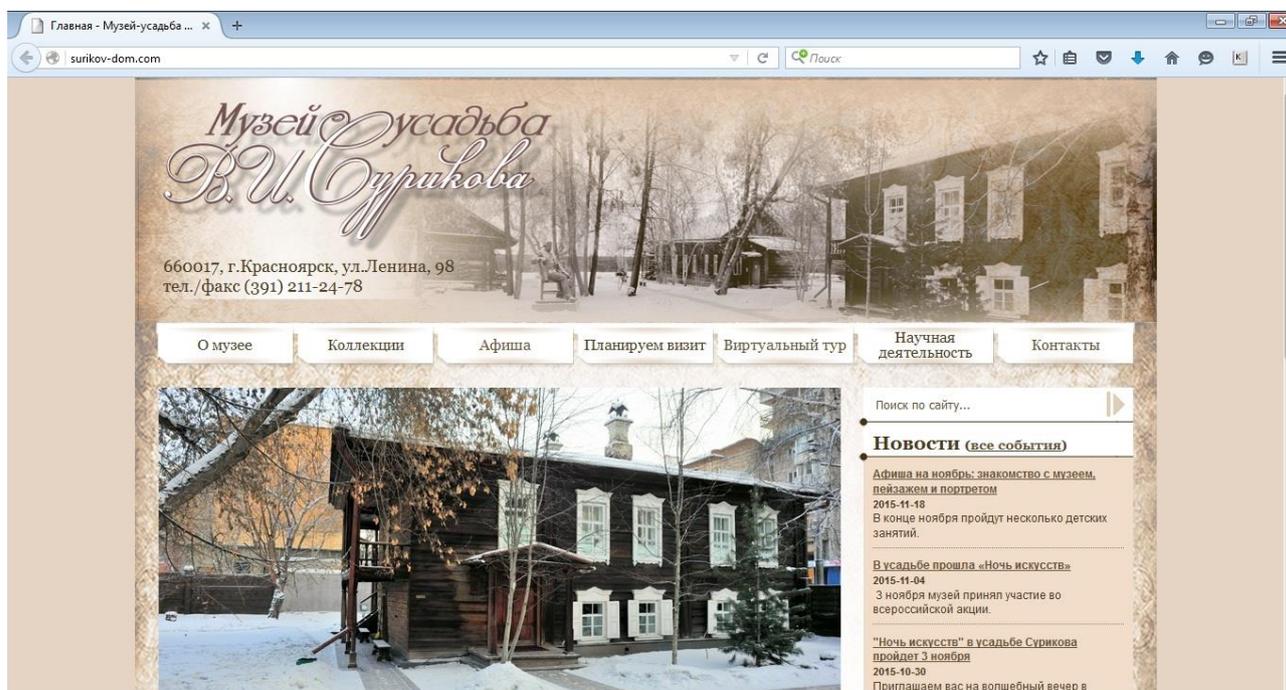


Рисунок 16 – Главная страница сайта музея-усадьбы Сурикова

Сайт музея-усадьбы, вне всяких сомнений, имеет очень многообразную целевую аудиторию. Именно поэтому дизайн не должен быть слишком ярким, бросаться в глаза. Нейтральность здесь – действительно лучший выбор, который и сделали создатели данного сайта.

Несомненно, дизайн – еще одна сильная сторона данного веб-ресурса, с которой можно смело брать пример в этой сфере.

Говоря про дизайн сайта, к которому принадлежит музей-усадьба Г.В. Юдина, невозможно не упомянуть, что именно этой теме была в основном посвящена научная статья автора данного текста. Тем, кто желает углубиться в эту тему, автор рекомендует эту научную статью в качестве одного из источников.

Итак, посмотрим на дизайн сайта Красноярского краевого краеведческого музея [7]. Главная страница этого сайта изображена на рисунке 17, а основная информация об одном из филиалов Красноярского краевого краеведческого музея изображена на рисунке 18.

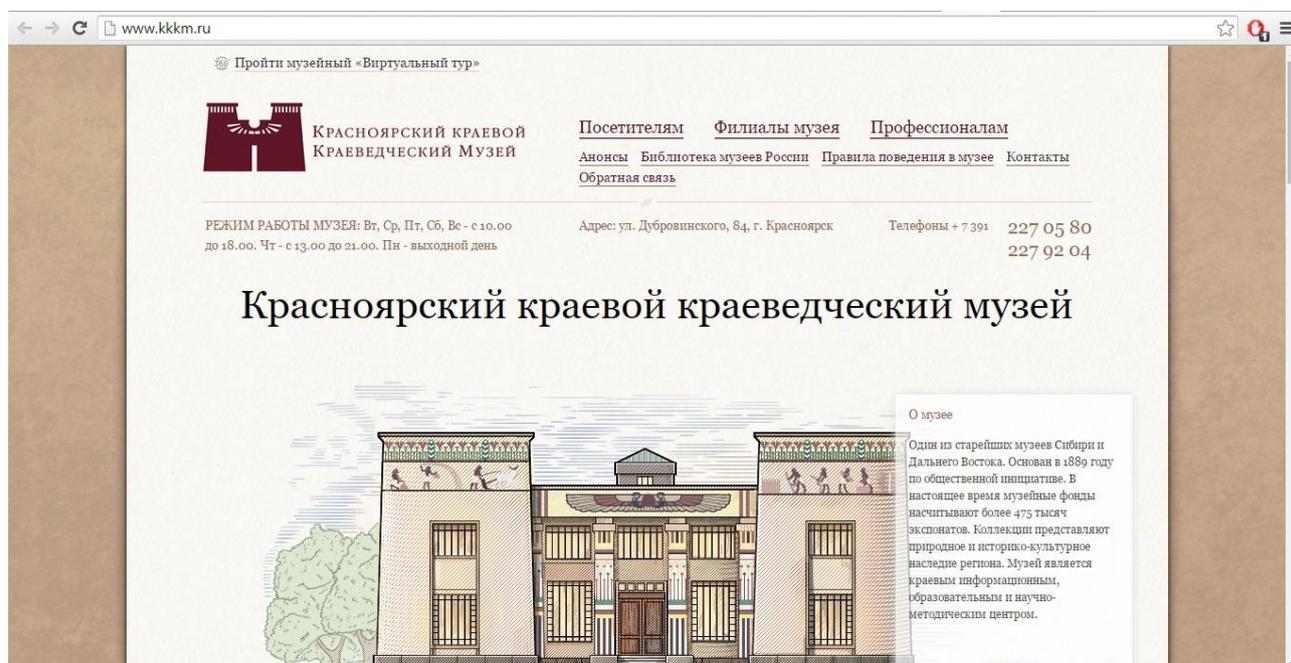


Рисунок 17 – Главная страница Красноярского краевого краеведческого музея

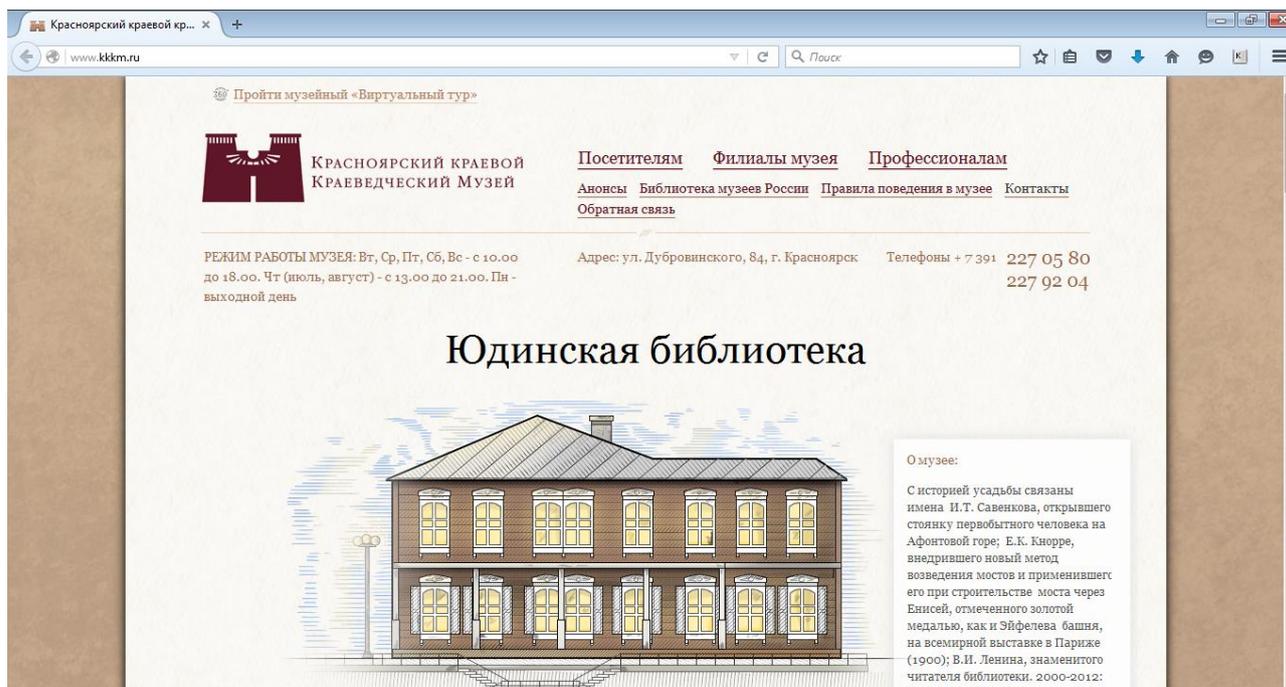


Рисунок 18 – Веб-страница с информацией о музее-усадьбе Юдина

В целом дизайн тоже выполнен нейтрально, но немного портят общую картину не совсем удачные подборки шрифта и неоптимальное расположение информации. Несмотря на два этих минуса, дизайн данного сайта является более чем приемлемым и может считаться сильной стороной веб-ресурса.

Тем не менее, пересмотр некоторых шрифтов и перенос некоторой информации явно пошел бы на пользу сайту, делая его более приятным глазу.

Минимализм следующего сайта сразу бросается в глаза. Соответствующая веб-страница изображена на рисунке 19.

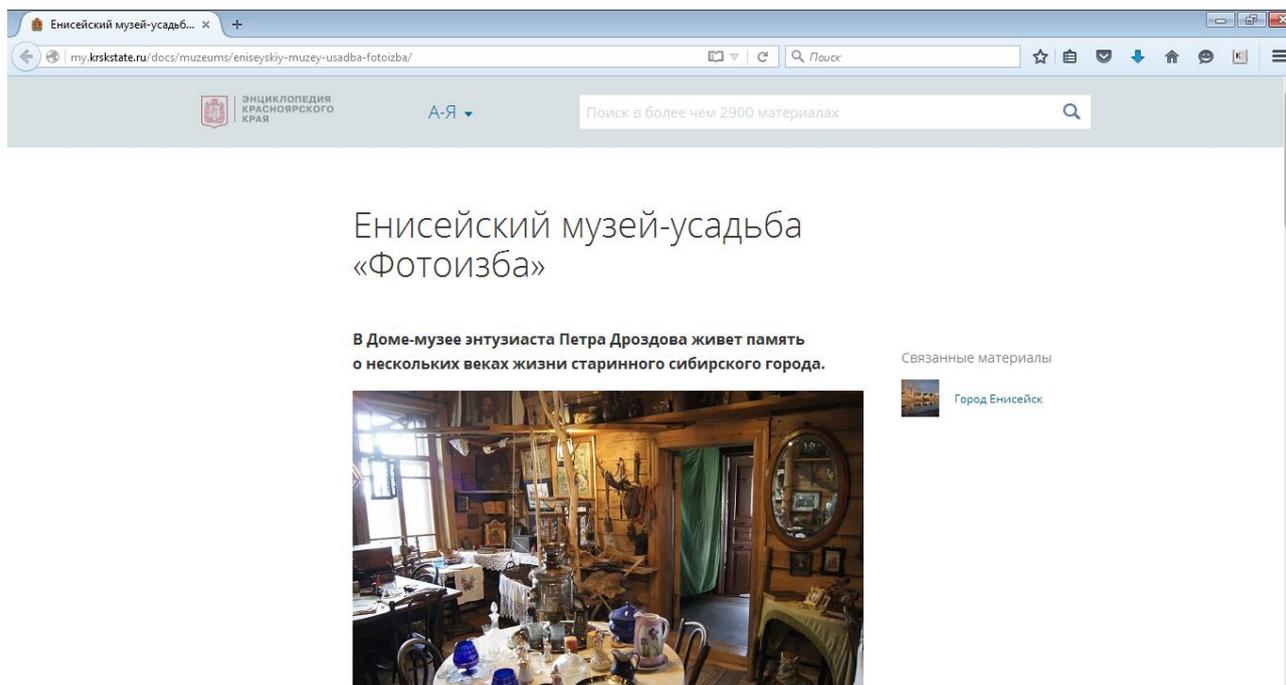


Рисунок 19 – Веб-страница, посвященная музею-усадьбе «Фотоизба»

На самом деле, сложно рассуждать о дизайне, когда он напрочь отсутствует. По большому счету, перед нами просто голая веб-страница с нацепленной на неё информацией. Едва ли такое можно считать приемлемым, ведь сайт в отсутствие дизайна не имеет индивидуальности, а значит не запоминается потенциальным посетителям.

Далее будет рассмотрен дизайн сайта Британского музея [8]. На рисунке 20 изображена главная страница данного сайта.

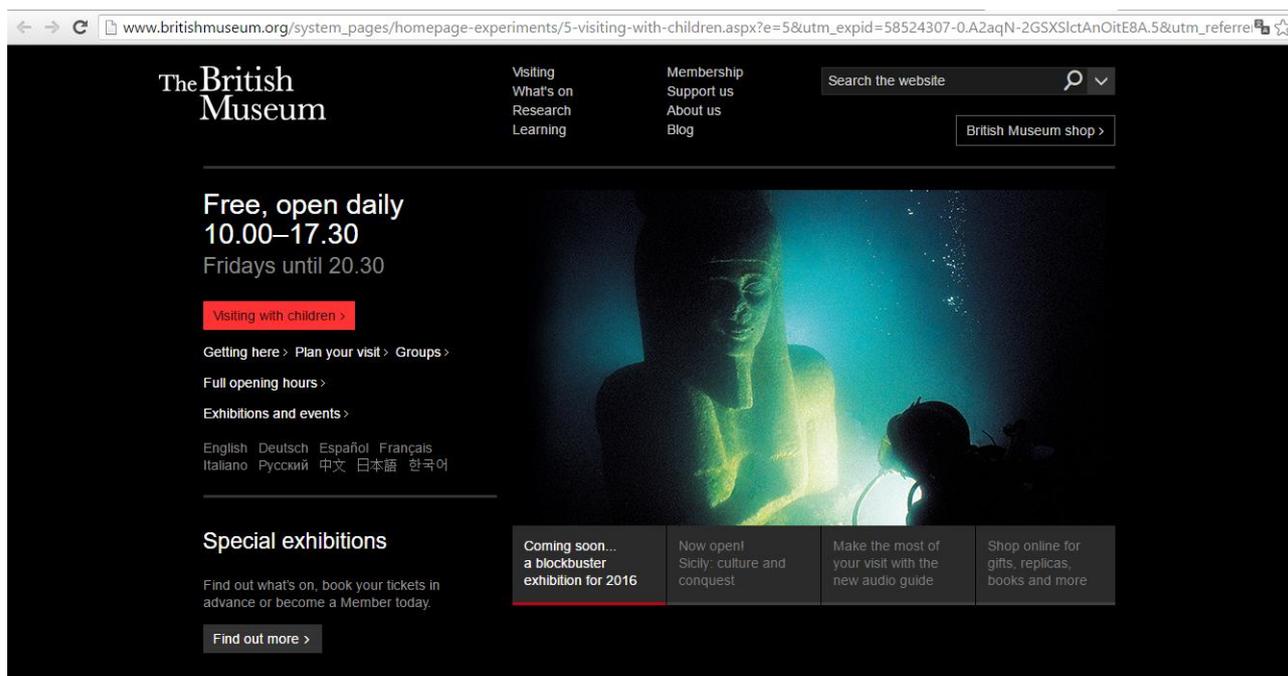


Рисунок 20 – Главная страница Британского музея

Строгость и простота в дизайне, свойственная сайту Британского музея, настраивает на серьёзный лад и облегчает восприятие информации. Вместе с тем, сайт не лишён своего собственного стиля и запоминается посетителю.

Разложенная по полочкам важная информация тоже не может не радовать глаз, здесь явно видна оптимизация использования пространства на сайте.

Конечно, нельзя забывать и об удачном выборе легко читаемых шрифтов и размеров текста, выделенного в особо важных местах.

Обратим внимание на дизайн сайта Государственного Эрмитажа [9]. На рисунке 21 изображена главная страница сайта.

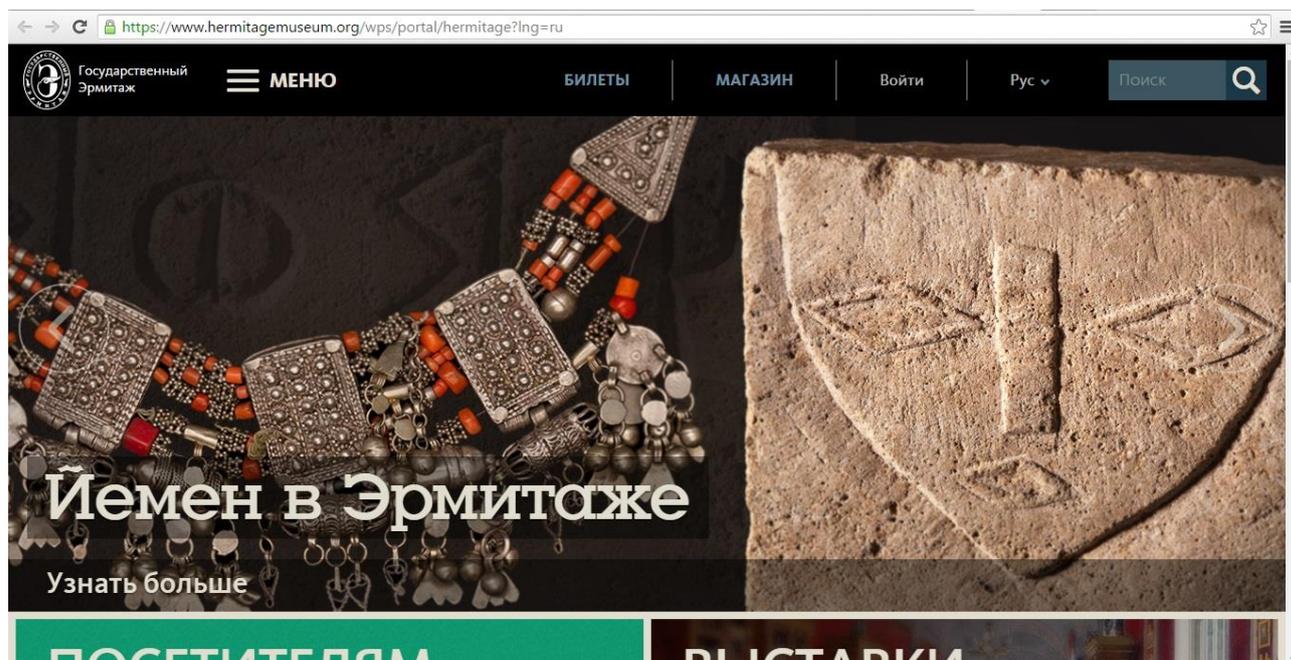


Рисунок 21 – Главная страница сайта Государственного Эрмитажа

Несмотря на несколько неоптимальное распределение контента по сайту, дизайн сайта Государственного Эрмитажа – сильная сторона данного сайта. А ведь посетители «более терпимы и готовы закрыть глаза на трудности, если вещь кажется красивой» [10].

Умеренная яркость данного сайта, сохраняющая хрупкий баланс между запоминающейся и раздражающей картиной, не оставляет сомнений в том, что посетитель не забудет сайт сразу же после его посещения.

Шрифты и размер текста выбраны весьма удачно, выделяют самое главное на веб-странице и легко читаются.

Однако, несмотря на весьма похвальный дизайн, неоптимизированный контент, как главный элемент любого сайта по мнению автора данной бакалаврской работы, оставляет свой неизгладимый отпечаток на любых других аспектах сайта, включая и дизайн.

В данном случае, к сожалению, заметная яркость сайта, пусть и являясь формально плюсом, может работать против этого самого сайта. Смешиваясь с излишне загруженной контентом веб-страницей, яркий дизайн заставляет глаза посетителя «разбегаться», делая сложным восприятие информации и негативно сказываясь на эффективности сайта в целом.

1.3.4 Анализ поддержки

Возвращаясь к сайту музея-усадьбы В.И. Сурикова стоит отметить, что у них нет абсолютно никаких проблем и с последним фундаментальным элементом разработки сайта [6]. На рисунке 22 изображены новости.

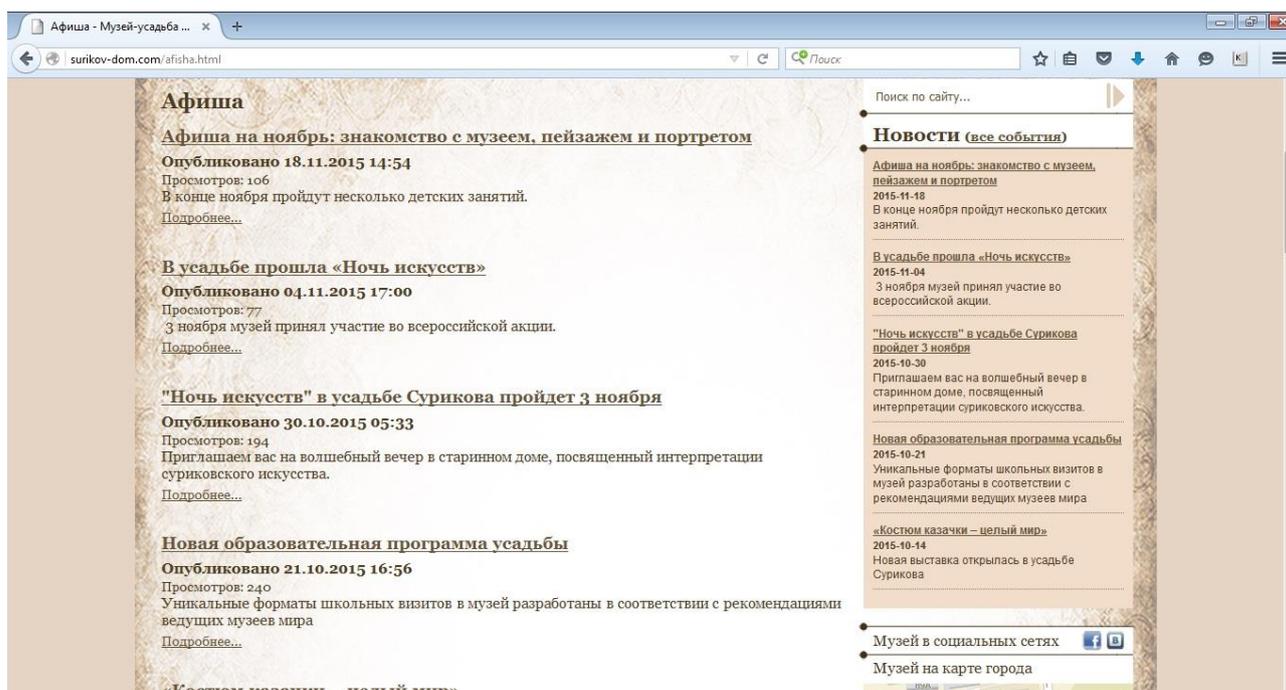


Рисунок 22 – Актуальная информация о мероприятиях на сайте музея-усадьбы Сурикова на момент конца ноября 2015 года

Владельцы музея-усадьбы прекрасно понимают важность поддержки своего веб-ресурса, в очередной раз показывая пример своим коллегам: на сайте регулярно публикуются новости, информация о выставках и мероприятиях. Добавляется новый контент и фотографии, пишутся и публикуются новые тексты.

В очередной раз сайт музея-усадьбы В.И. Сурикова становится примером для подражания. Поддержка данного сайта, конечно же, является еще одной его сильной стороной.

Что касается сайта Красноярского краеведческого музея, то здесь также можно заметить некоторые свежие анонсы мероприятий, как правило,

касающихся непосредственно главного музея, которому и посвящен, в основном, данный сайт. На рисунке 23 изображены анонсированные мероприятия на сайте Красноярского краевого краеведческого музея.



Рисунок 23 – Анонсы на сайте Красноярского краевого краеведческого музея по состоянию на первую половину мая 2016 года

Касательно актуальности информации о Красноярском краевом краеведческом музее никаких нареканий автор данной бакалаврской работы назвать не может [7]. В данном аспекте сайт Красноярского краевого краеведческого музея может послужить примером, а его владельцы, без сомнения, заинтересованы в его эффективности.

У филиалов музея, однако, обновлений не так много. Но, скорее всего, в этом виноват вовсе не сайт, а некоторая ограниченность в ресурсах более скромных музеев и мемориальных комплексов.

И все же, кое-что о филиалах здесь встретить можно, так что нельзя сказать, что их игнорируют. На рисунке 24 изображено описание предстоящего мероприятия в одном из филиалов музея.

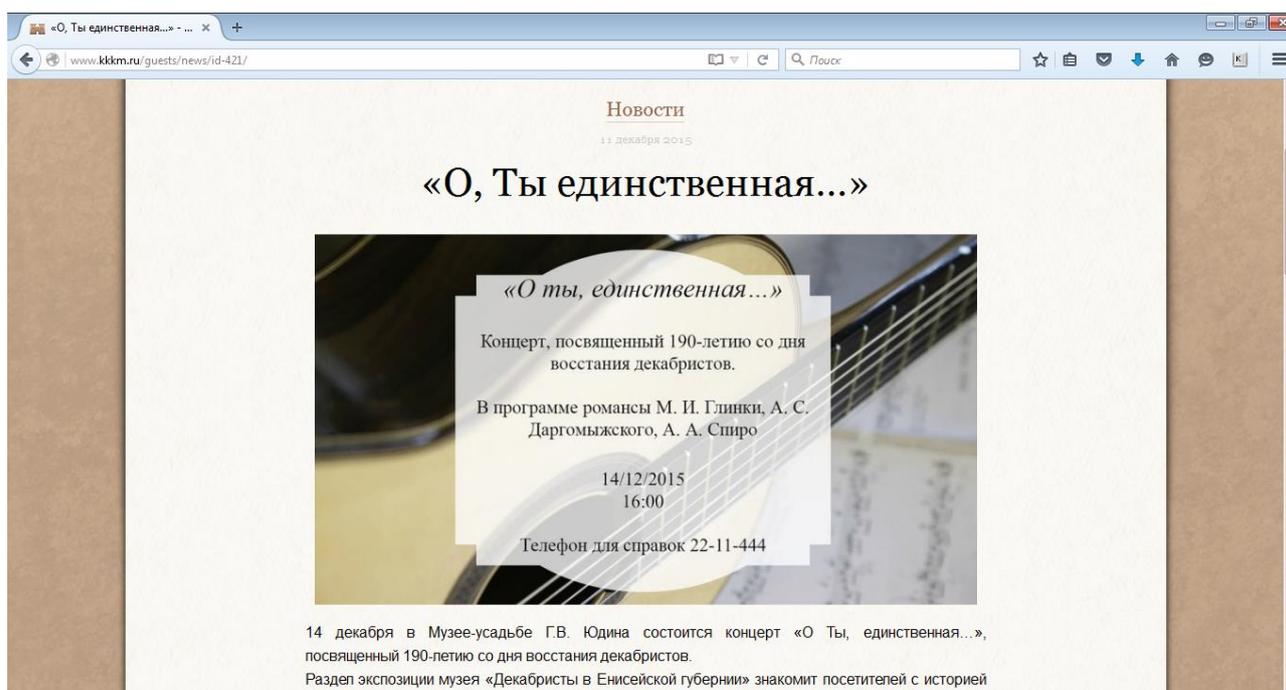


Рисунок 24 – Описание предстоящего мероприятия в музее-усадьбе Юдина на момент конца ноября 2015 года

На сайте, к примеру, сообщается о мероприятиях, проходящих в музее-усадьбе Юдина. К сожалению, как уже было сказано ранее, у т.н. «Юдинки» нет собственного сайта, а ведь он мог бы пойти на пользу как самой библиотеке Г.В. Юдина, для привлечения большего интереса и внимания потенциальных посетителей, так и сайту Красноярского краевого краеведческого музея, делая его менее нагруженным информацией, которая, по большому счету, имеет к самому Красноярскому краевому краеведческому музею отношение несколько косвенное.

К сожалению, как и в случае с дизайном, поддержка веб-страницы, посвященной музею-усадьбе, у данного сайта фактически отсутствует. Ни новостей, ни какого-либо нового контента в целом здесь автор найти не смог и, вероятно, в этом нет ничего неожиданного. На рисунке 25 изображен единственный фрагмент сайта, который может претендовать на новостное освещение.

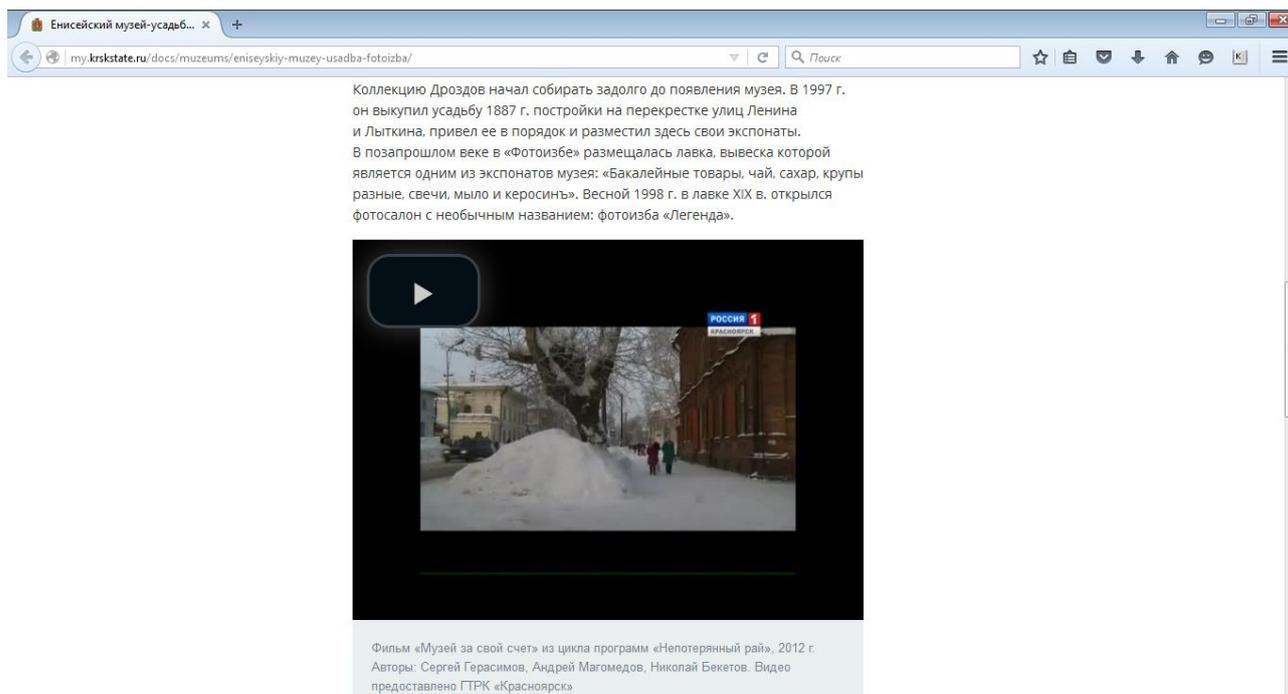


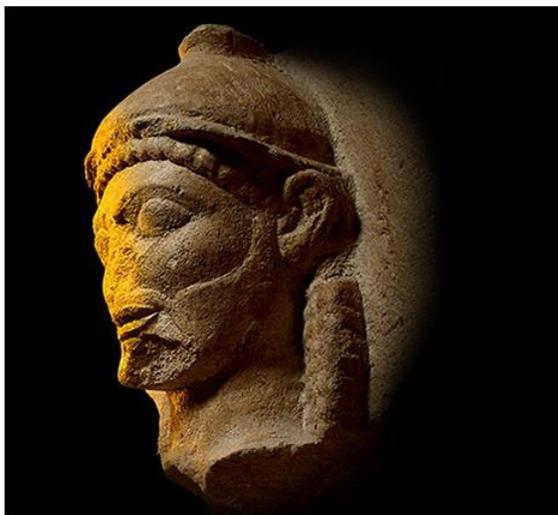
Рисунок 25 – Фрагмент описания музея-усадьбы «Фотоизба»

Увы, из-за отсутствия минимальной поддержки такой сайт забудется почти сразу же после его посещения, так как ничего нового на нем появляться не будет. Вместе с ним забудет посетитель и о музее-усадьбе «Фотоизба».

Взглянем на то, как с этим обстоят дела у зарубежного музея [8]. На рисунке 26 изображена актуальная информация на сайте Британского музея.

What's on

Special exhibitions



Sicily: culture and conquest
Until 14 August 2016

[Book online >](#)

[Members free >](#)



The BP exhibition
Sunken cities: Egypt's lost worlds
From 19 May 2016

Рисунок 26 – Информация о текущих и предстоящих выставках на сайте Британского музея

Весьма ожидаемо, что у сайта столь крупного и знаменитого музея вся информация на сайте будет исключительно свежей и актуальной, иного владельца сайта просто не могут себе позволить.

Здесь автор данной бакалаврской работы не видит никаких изъяснов, и единственным советом может быть лишь продолжать поддержку сайта с таким же качеством, как и сейчас.

Последний сайт, который будет рассмотрен в аспекте поддержки, будет сайтом Государственного Эрмитажа [9]. На рисунке 27 изображены новости на сайте данного музея.

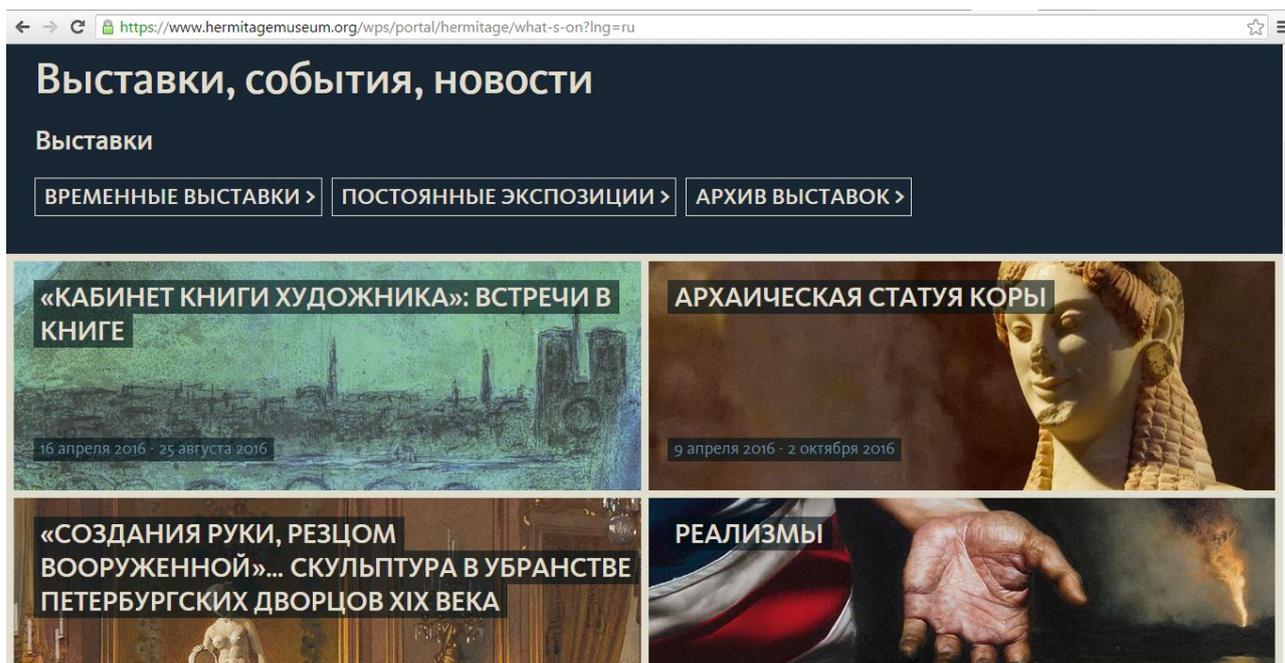


Рисунок 27 – Информация о прошедших и активных в данный момент выставках на сайте Эрмитажа

Бесспорно, сайт такого музея, как Государственный Эрмитаж, как и в предыдущем случае, просто не может позволить себе неактуальную информацию.

Однако, как и в случае с контентом, новостей и анонсов здесь очень много, и, несмотря на яркость подачи, они не слишком удачно расположены. Посетителю может быть непросто увидеть именно ту новость, которая может его заинтересовать; несмотря на наличие пунктов меню, при прокрутке веб-страницы вниз можно обнаружить и другие разделы новостей, которые не видны изначально.

Если же исправить недочет с расположением информации, поддержка данного сайта, без сомнения, хорошо послужит для привлечения в музей потенциальных посетителей.

На этом анализ сайтов музеев завершается. Несомненным итогом данного анализа можно считать вывод о большом разнообразии в данной среде.

Сайты музеев сильно разнятся в своём дизайне: от безликих и серых, совершенно не запоминающихся посетителю веб-страниц, до ярких и

бросающихся в глаза веб-представительств, своей чрезмерной яркостью мешающих восприятию информации.

Разнятся они и по степени наполнения контентом: некоторые из них не имеют всей необходимой посетителю информации, либо до этой информации бывает сложно добраться, другие же порой бывают перенасыщенными, из-за чего у некоторых посетителей могут «разбегаться глаза», что тоже является не слишком хорошим аспектом.

Интерфейс, являющийся немаловажной деталью любого сайта, кое-где, в силу неудачной планировки, затрудняет доступ к контенту и необходимой информации. Но есть и примеры сайтов, где интерфейс выполнен крайне удачно и способствует удобству пребывания любого посетителя на сайте.

Поддержка сайтов, как и прочие пункты, разнится, позволяя нам брать в расчет как чужие ошибки, так и чужие успехи: актуальность информации (и её наличие) сильно разнится.

2 Разработка сайта

2.1 Подготовка к разработке сайта

Прежде, чем переходить непосредственно к теме создания сайта, автор данного текста считает необходимым выделить несколько деталей, касающихся современных методов работы в данной сфере. Прежде всего стоит определить целевую аудиторию сайта и подобрать для сайта CMS.

Здесь стоит привести цитату из энциклопедии интернет-рекламы, смотрящей на сайт с точки зрения маркетинга: «С точки зрения маркетинга, сайт – это набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с одним или несколькими сегментами целевой аудитории» [11].

Целевая аудитория – это люди, имеющие определенные общие признаки, либо же общую цель или задачу. Под общими признаками могут пониматься самые разные характеристики, начиная с пола, социальной группы, семейного статуса, возраста, образования, и заканчивая предпочитаемым цветом одежды и любимым жанром музыки.

Целевая аудитория, как правило, определяется с целью выяснить, каких людей с большей вероятностью можно привлечь к конкретному продукту. В нашем случае «продуктом» можно считать посещение Мемориального комплекса, как самостоятельно, так и воспользовавшись услугами экскурсовода.

Стоит упомянуть, что в некоторых источниках различают реальную музейную аудиторию и потенциальную музейную аудиторию. Первая группа людей посещает музей в данный момент времени, вторая группа же лишь потенциально может стать посетителями музея. И, хотя многие музеи в основном ориентируются на реальную аудиторию в своих исследованиях, в нашем случае основное внимание будет уделено именно потенциальным посетителям, по вполне понятной причине: основная цель сайта именно привлечь посетителя, а не удержать его.

Автор данной работы не одинок в этом своём суждении, напротив, А.В. Романчук в своём учебно-методическом пособии пишет следующее: «Многие музеи проводят исследование посетителя, ориентируясь на реальную аудиторию. Однако, в тех случаях, когда задача состоит в том, чтобы увеличить посещаемость или привлечь новую аудиторию, или просто удержать своего посетителя в условиях растущей конкуренции, внимание может быть сосредоточено на потенциальной аудитории» [13].

Действительно, потенциальная аудитория весьма разнородна по своему составу для эффективной и плодотворной работы с ней в качестве однородной, единой группы в какой-либо области деятельности, включая разработку сайтов. Поэтому одной из основополагающих задач, которые встали перед автором данного текста в преддверии создания сайта стало определенное сужение круга потенциальной аудитории.

М. Саггит упоминает об этом в одной из своих лекций: «все люди разные, у каждого человека свои интересы, и существует множество причин, почему люди хотят или не хотят идти в музей. В таком случае нам стоит посмотреть, как аудитория музея может быть разделена на более мелкие группы» [14].

Принимая во внимание некоторую отдаленность Мемориального комплекса от больших населённых пунктов и то, что экскурсовод делает посещения данного Мемориального комплекса более полным (а также более прибыльным для самого Мемориального комплекса), автор данной работы считает логичным предположить, что наиболее выгодным станет привлечение групповых посетителей.

Кроме того, очевидным фактом является то, что большую часть аудитории музеев составляют туристы. А значит, гостей города также можно считать целевой аудиторией сайта Мемориального комплекса.

О том, каким именно образом целевая аудитория повлияет на финальный облик сайта, речь будет идти позднее. Здесь же нужно прояснить ещё одну деталь: CMS.

CMS (англ. ContentManagementSoftware) – это система управления контентом сайта, которая помогает их владельцам управлять своим сайтом без специального обучения. Разумеется, автор данного текста рассматривал возможность создания сайта без использования CMS, однако данный подход весьма нерационален в данном случае. Конечно, ручное создание сайта даёт такое преимущество, как более глубокая и широкая настройка сайта, однако такой метод требует в разы больше времени и сил. Но даже это не главная причина, по которой было решено воспользоваться CMS.

Как было сказано в первой главе данной работы, поддержка сайта на протяжении всего его существования необходимо для его эффективности. К сожалению, после создания сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева его поддержка ложится на плечи сотрудников музея, не обладающих необходимыми знаниями технических аспектов сайта. Очевидно, что не у всех есть возможность (и желание) углубляться в программирование и веб-дизайн, именно поэтому идеальным решением будет применение CMS. И даже если персонал музея обладает достаточными навыками для управления сайтом вручную, это попросту неудобно: придётся заходить на каждую страницу по отдельности и переписывать её код. Владельцу же сайта, основанного на CMS, для управления этим сайтом будет вполне достаточно зайти в редактор сайта и простейшими манипуляциями, используя специально оформленный и удобный интерфейс, буквально за считанные минуты добавить, удалить, или изменить содержимое сайта. Таким образом, CMS экономит администратору сайта время, силы и нервы.

Автор данной работы считает нужным кратко описать здесь принципы работы CMS. В большинстве таких систем принцип работы основан на разделении оформления сайта и его содержания (контента), то есть различных текстов, файлов, графических элементов, архивов, видеофайлов и так далее. Как правило, структура сайта, основанного на CMS, задается в самом начале и меняется редко, в отличие от наполнения, которое можно менять с такой частотой, которая будет необходима владельцу сайта – каждый день, каждый

час, каждую минуту. Причем инструменты для таких изменений предельно просты и интуитивно понятны даже для администратора, далёкого от ремесла разработки сайтов.

При более тонкой настройке CMS также способны в момент получения запроса от пользователя формировать веб-страницу сайта в зависимости от определенных параметров самого пользователя. Таким образом, страницы сайта для разных пользователей могут выглядеть совершенно иначе в зависимости от многих факторов – например, был ли пользователь ранее на сайте, авторизован ли он, оставлял ли на сайте какие-либо данные, и даже в зависимости от его географического положения. Впрочем, в данный момент времени в этой функции необходимости нет, но при нужде её легко можно будет добавить.

Ко всему прочему, современная CMS также отвечает за защиту данных сайта, предотвращает засорение спамом и проводит многие другие операции, которые не видны обычным пользователям, но, тем не менее, необходимы для того, чтобы сайт был для посетителя комфортным.

Не будем забывать и о том, что у платных CMS, одну из которых автор данного текста использовал для создания сайта Мемориального комплекса, как правило, имеется услуга хостинга и своя техническая поддержка, в любое время суток готовая оказать помощь по управлению сайтом на основе постоянно совершенствующейся (и, соответственно, изменяющейся) CMS.

Единственными минусами такой CMS являются лишь небольшие ограничения в настройке и регулярная плата за неё. Однако эти минусы, безусловно, бледнеют в сравнении с перечисленными выше плюсами.

2.2 Выбор дизайна

Выбор дизайна – пожалуй, самое сложное в создании веб-представительства. Сложность здесь заключается в том, что не существует каких-либо определенных строгих правил в дизайне, которых должно придерживаться для достижения результата. В этом деле существуют лишь рекомендации, но и они, в целом, могут считаться субъективными.

Для того, чтобы выбрать оптимальный дизайн для сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева, пришлось обратиться к опыту уже существующих сайтов музеев, статьям о веб-дизайне, мнению авторитетных источников в этом вопросе. И, хотя порой в различных источниках подход к созданию дизайна был разным, практически везде достоинством считается простота дизайна.

Именно простота и стала основным «стержнем» в построении дизайна для сайта. Веб-представительство Мемориального комплекса не должно было быть слишком ярким и вызывающим, не должно было отвлекать внимание посетителя от информации и контента, предоставленных на сайте.

На рисунке 28 изображена главная страница сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева.

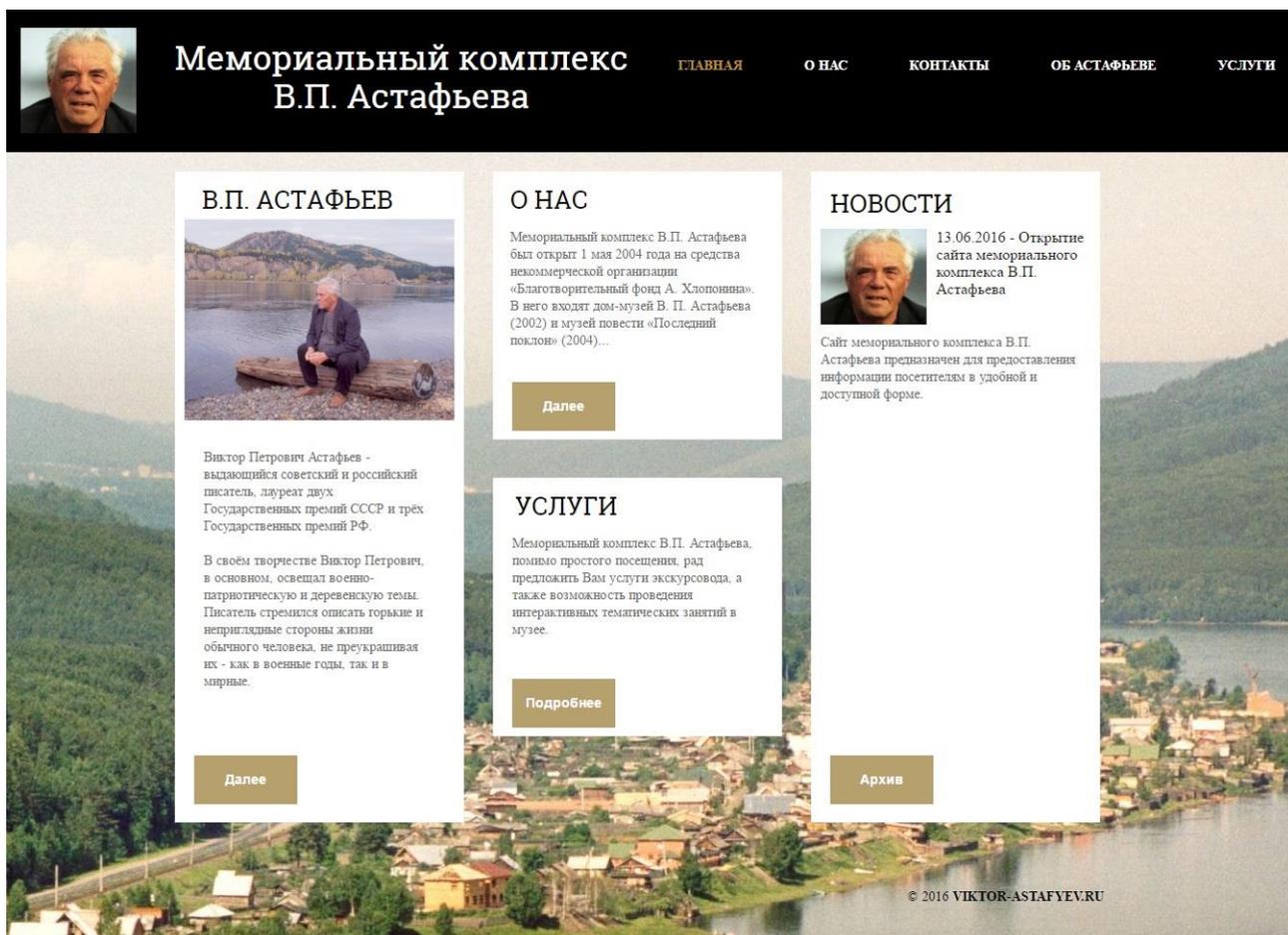


Рисунок 28 – Главная страница сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

На всех страницах сайта присутствует название Мемориального комплекса и меню сайта, позволяющее перемещаться по веб-страницам, принадлежащим к данному сайту. На главной странице также присутствует краткая информация о Викторе Петровиче Астафьеве, самом Мемориальном комплексе, услугах Мемориального комплекса, а также новостная лента. Под каждой секцией есть кнопка, по сути своей являющаяся гиперссылкой на соответствующий раздел.

Элементы дизайна выполнены в нейтральных, не цепляющих своей яркостью за внимание посетителя цветах, а в качестве фона взят вид на деревню Овсянка, где и располагается Мемориальный комплекс.

Простота дизайна обусловлена и выделенной ранее целевой аудиторией сайта. Группы посетителей могут состоять из самых разных людей, причем в

этих группах могут состоять и не слишком интересующиеся историей и музеями люди, которых берут с собой более увлеченные этим друзья или родственники. Сайт не должен вызывать ни у кого из них отторжения, а потому нейтральность, краткость и простота являются оптимальным решением.

Туристы, также входящие в целевую аудиторию сайта, также по достоинству оценят простоту и краткость сайта: как правило, они спешат увидеть как можно больше за короткий промежуток времени, и едва ли хотят отвлекаться на то, чтобы разбираться в оформлении сайта.

2.3 Первоначальное наполнение контентом

О том, какую важность имеет контент для сайтов, уже говорилось в первой главе данной работы. Поэтому сейчас речь пойдет о контенте конкретно сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева.

При первоначальном наполнении контентом созданного сайта, как и в случае дизайна, автор данной работы опирался на анализ других сайтов музеев, а также на выделенную им целевую аудиторию. Кроме того, была поставлена задача не перегружать сайт: во-первых, не все имеют безлимитный трафик и высокую скорость интернета. Во-вторых, излишняя загруженность мешает восприятию действительно важной информации. В-третьих, нельзя забывать о том, что цель сайта – привлечь посетителя в Мемориальный комплекс, а не заменить его, предоставив посетителю весь или почти весь материал, который есть в самом Мемориальном комплексе.

На рисунке 29 изображена страница «О нас» Мемориального комплекса В.П. Астафьева.

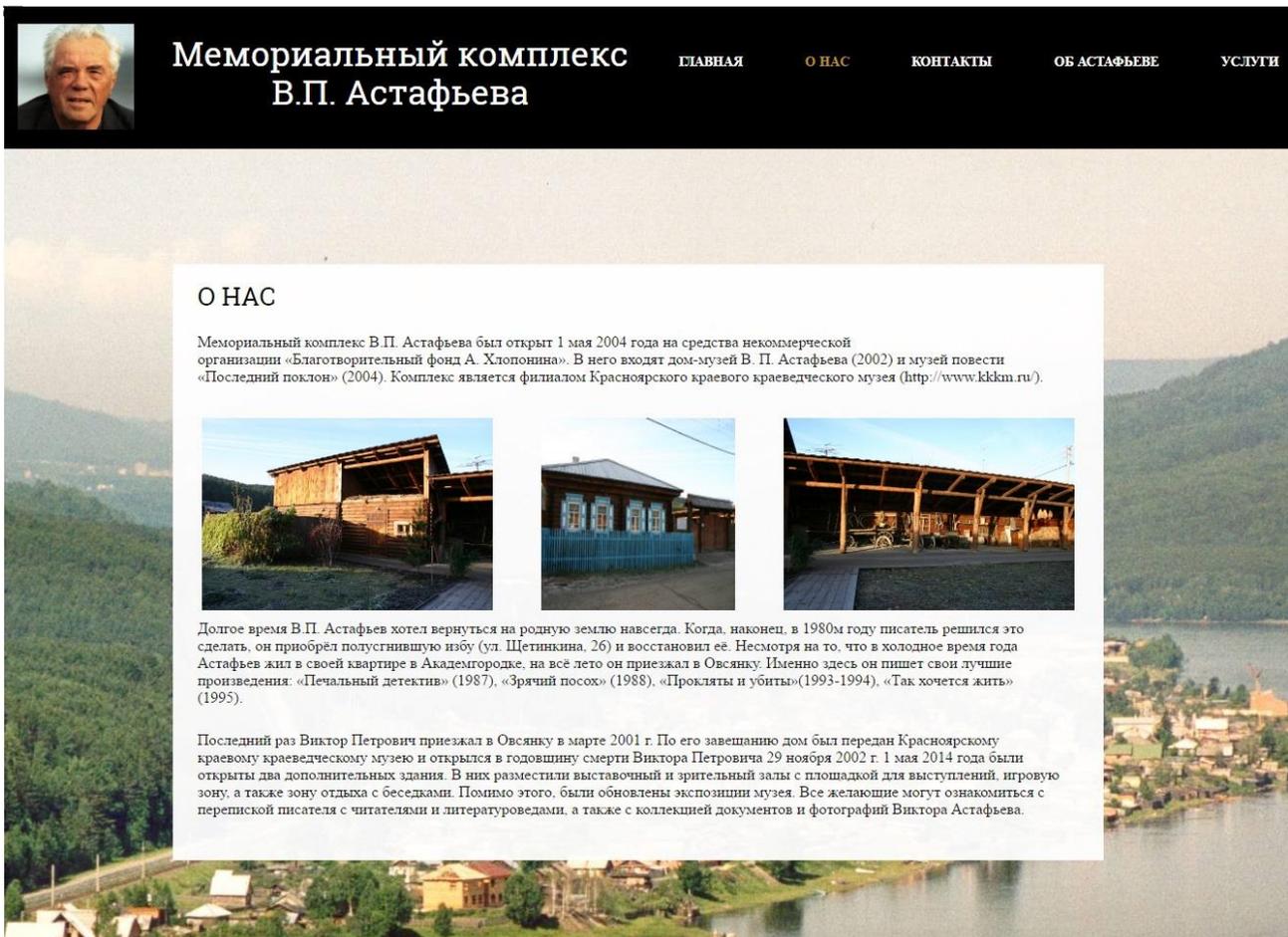


Рисунок 29 – Страница «О нас» сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

На данной странице приведена информация касательно Мемориального комплекса и его истории. Очевидно, что посетитель должен быть осведомлен о том, что из себя представляет Мемориальный комплекс – мало кто из потенциальных посетителей захочет наносить визит в совершенно неизвестное место.

На рисунке 30 изображена страница «Контакты» данного сайта.



Как до нас добраться:

Мы располагаемся по адресу с. Овсянка, ул. Щетинкина, 26

Расстояние от г. Красноярска до с. Овсянка составляет 26 км. Добраться до нас можно на автобусах, идущих от автовокзала в г. Красноярске до Дивногорска, дорога займет около 50-и минут. Далее по селу придется пройти пешком.

Разумеется, можно также воспользоваться услугами такси и собственным автотранспортом.

Форма для связи с нами:

Название	<input type="text"/>
Эл. почта	<input type="text"/>
Страна	<input type="text"/>
Город	<input type="text"/>
Сообщение	<input type="text"/>
	<input type="button" value="Отправить"/>

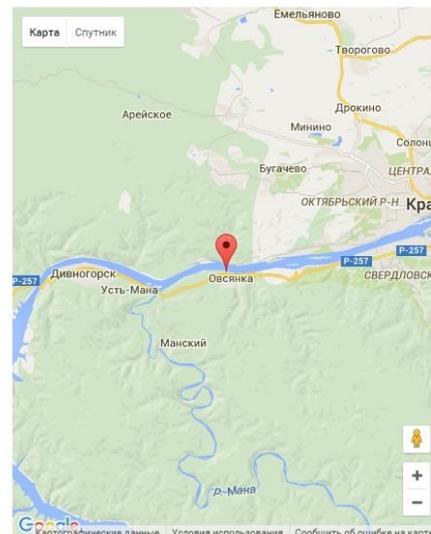


Рисунок 30 – Страница «Контакты» сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

Здесь можно увидеть информацию об адресе и местоположении Мемориального комплекса. Информация предоставлена как в виде подробной текстовой инструкции, так и в виде интерактивной карты. Также на данной странице располагается форма для связи, с помощью которой любой желающий может связаться с администрацией сайта посредством электронной почты.

На рисунке 31 изображена страница сайта «Об Астафьеве», где изложены факты из биографии писателя.



Виктор Петрович Астафьев

Виктор Петрович Астафьев родился 1 мая 1924 года в селе Овсянка. Через несколько лет после рождения сына отец Виктора Петровича попадает в тюрьму с формулировкой «вредительство». В 1931 г. во время поездки матери Виктора Петровича к мужу, лодка, в которой среди прочих плыла она, перевернулась. Мать будущего писателя, упав в воду, зацепилась косой за осование боны и утонула. На тот момент Астафьеву было 7 лет. Кормилицей Виктора становится его бабушка, а позже он, вместе с отцом и мачехой, переезжает в Игарку. Отношения будущего писателя с мачехой не сложились, и, когда отец Астафьева попал в больницу, та сбросила со своих плеч обузу в виде ребенка. Брошенный мачехой и родными, Виктор оказался на улице, бродяжничал, затем попал в детдом-интернат. Уже тогда склонность Астафьева к литературе была замечена одним из педагогов, и сочинение о любимом озере, напечатанное в школьном журнале, развернется позднее в рассказ «Васюткино озеро». По окончании школы-интерната, Виктор зарабатывает на скромное существование в станке Курейка. Скопив денег на билет, Астафьев уезжает в Красноярск и там поступает в ФЗО. По окончании учебы устраивается работать составителем поездов.

В 1942 году ушел добровольцем на фронт, получив военную подготовку в учебном автомобильном подразделении в Новосибирске. Весной 1943 года был направлен в действующую армию. Был шофером, связистом в гаубичной артиллерии, после тяжелого ранения, ближе к концу войны, служил во внутренних войсках на западе Украины.

Был награжден орденом Красной звезды, медалями «За отвагу», «За освобождение Польши», «За победу над Германией».



Демобилизовался в звании «рядовой» в 1945 году, уехал на Урал, в город Чусовой Молотовской области; в том же году женился на Марии Семёновне Корякиной; у них было трое детей: дочери Лидия и Ирина и сын Андрей. Также у Астафьева две приемные дочери Анастасия и Виктория.

По состоянию здоровья Виктор Петрович уже не смог вернуться к своей прежней работе, и, дабы прокормить семью, сменил множество работ. Астафьев работал слесарем, чернорабочим, грузчиком, плотником, мойщиком мясных туш, вахтером мясокомбината, учителем, дежурным по вокзалу.

В 1951 года попадает на занятие литературного кружка при редакции газеты «Чусовской рабочий» и за одну ночь пишет свой первый рассказ «Гражданский человек» (впоследствии названный «Сибиряк»). С 1951 по 1955 год Астафьев работает

Рисунок 31 – Страница «Об Астафьеве» сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

На данной странице посетители сайта могут прочитать биографию Виктора Петровича Астафьева, дабы иметь представление о личности, которой посвящен Мемориальный комплекс. Биография составлена автором данной работы, опираясь на различные источники.

На рисунке 32 изображена страница «Услуги» сайта Мемориального комплекса.

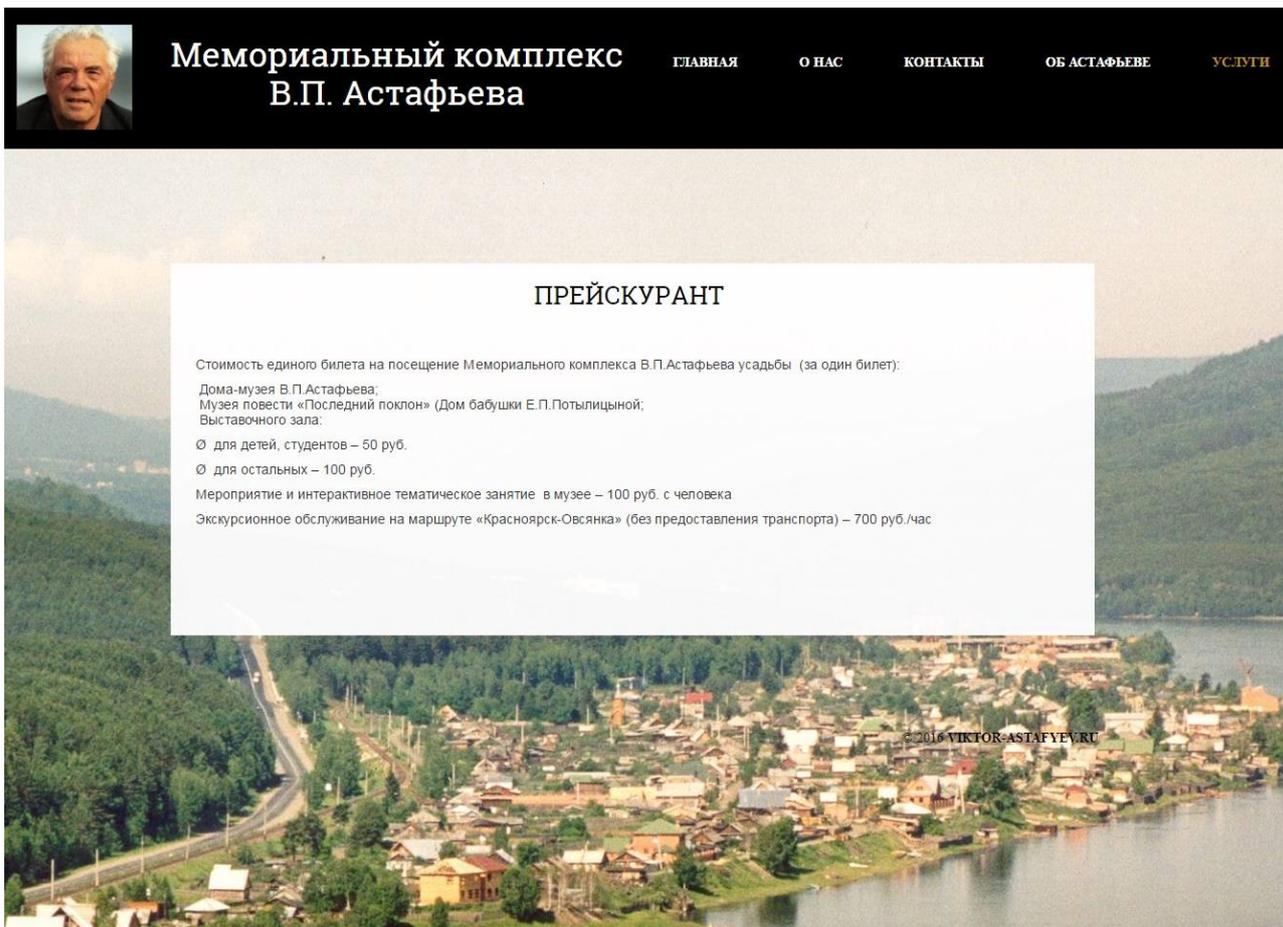


Рисунок 32 – Страница «Услуги» сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

Список услуг Мемориального комплекса для удобства располагается на отдельной странице. Вся информация об услугах взята с сайта Красноярского краевого краеведческого музея [7]. Пожалуй, информация об услугах Мемориального комплекса является одной из самых важных деталей сайта, ибо именно эта страница в конечном итоге нужна будет для посетителей, решивших посетить Мемориальный комплекс.

На рисунке 33 изображен архив новостей сайта.

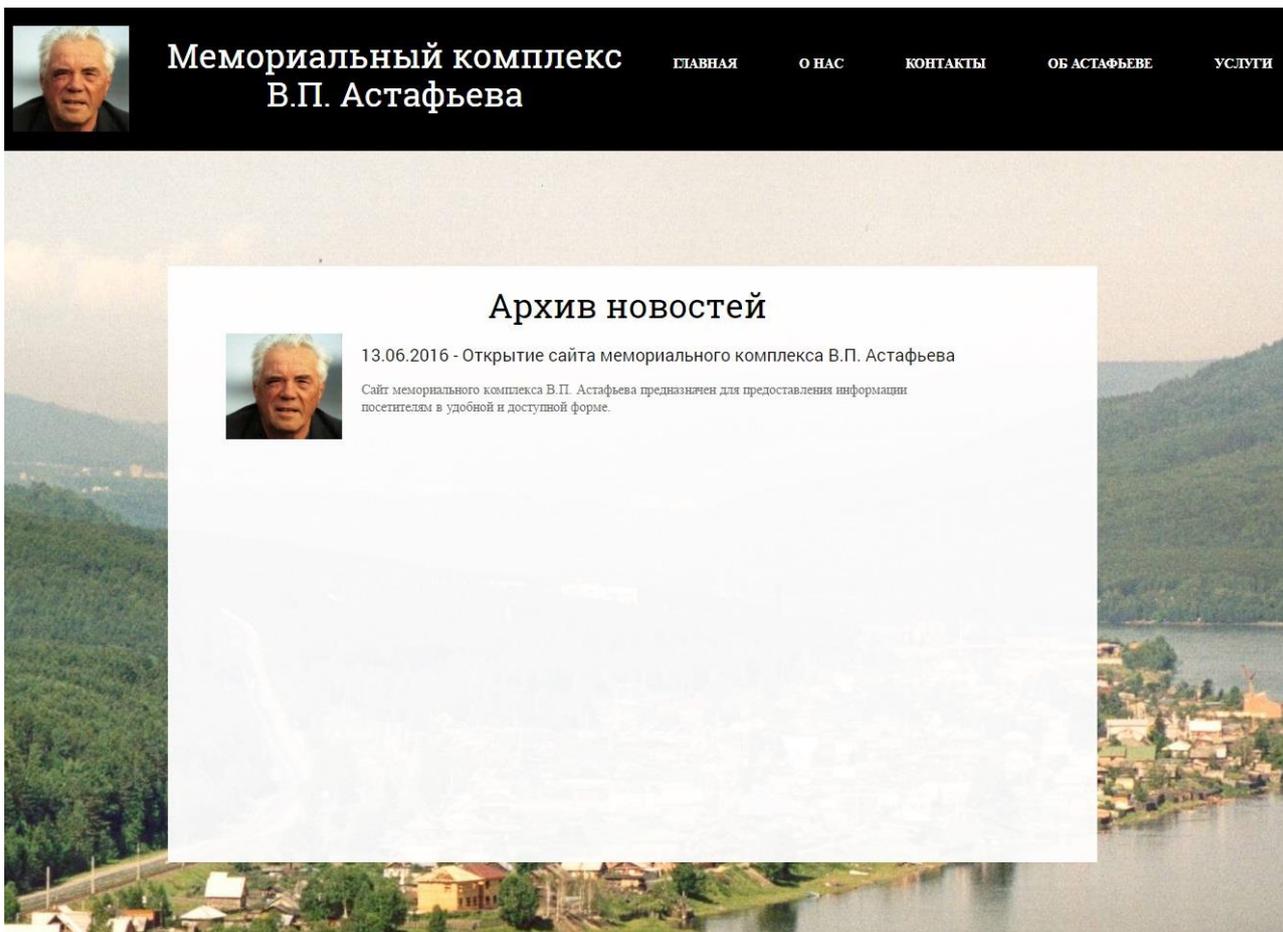


Рисунок 33 – Страница «Архив новостей» сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

На этой странице расположен архив новостей. Ссылки на эту страницу нет в главном меню сайта, но сюда можно попасть с главной страницы, кликнув на соответствующую кнопку под новостной лентой. Здесь в дальнейшем будут храниться все новости, касающиеся Мемориального комплекса Виктора Петровича Астафьева – в том числе и старые, которых уже нет на главной странице.

2.4 Дальнейшее функционирование

Конечно, нет никакого смысла создавать сайт на несколько дней, по крайней мере в нашем случае. Это означает, что требуется предусмотреть существование и развитие сайта на протяжении долгого времени, дабы он оставался актуальным для потенциальных посетителей Мемориального комплекса.

Это – одна из основных причин, по которой было решено использовать при создании сайта CMS. С помощью CMS сотрудники Мемориального комплекса смогут с легкостью изменять и дополнять содержимое сайта, в том числе следить за тем, чтобы там были самые свежие и актуальные новости, материалы, данные об услугах и местоположении.

Если же представители Мемориального комплекса Виктора Петровича Астафьева в дальнейшем посчитают нужным расширить функции сайта, для этого всё равно не потребуется нанимать специалистов: служба поддержки CMS способна объяснить всё в ходе телефонного звонка.

На рисунке 34 изображен редактор CMS с загруженным сайтом Мемориального комплекса Виктора Петровича Астафьева, в котором и планируются любые дальнейшие манипуляции с сайтом.

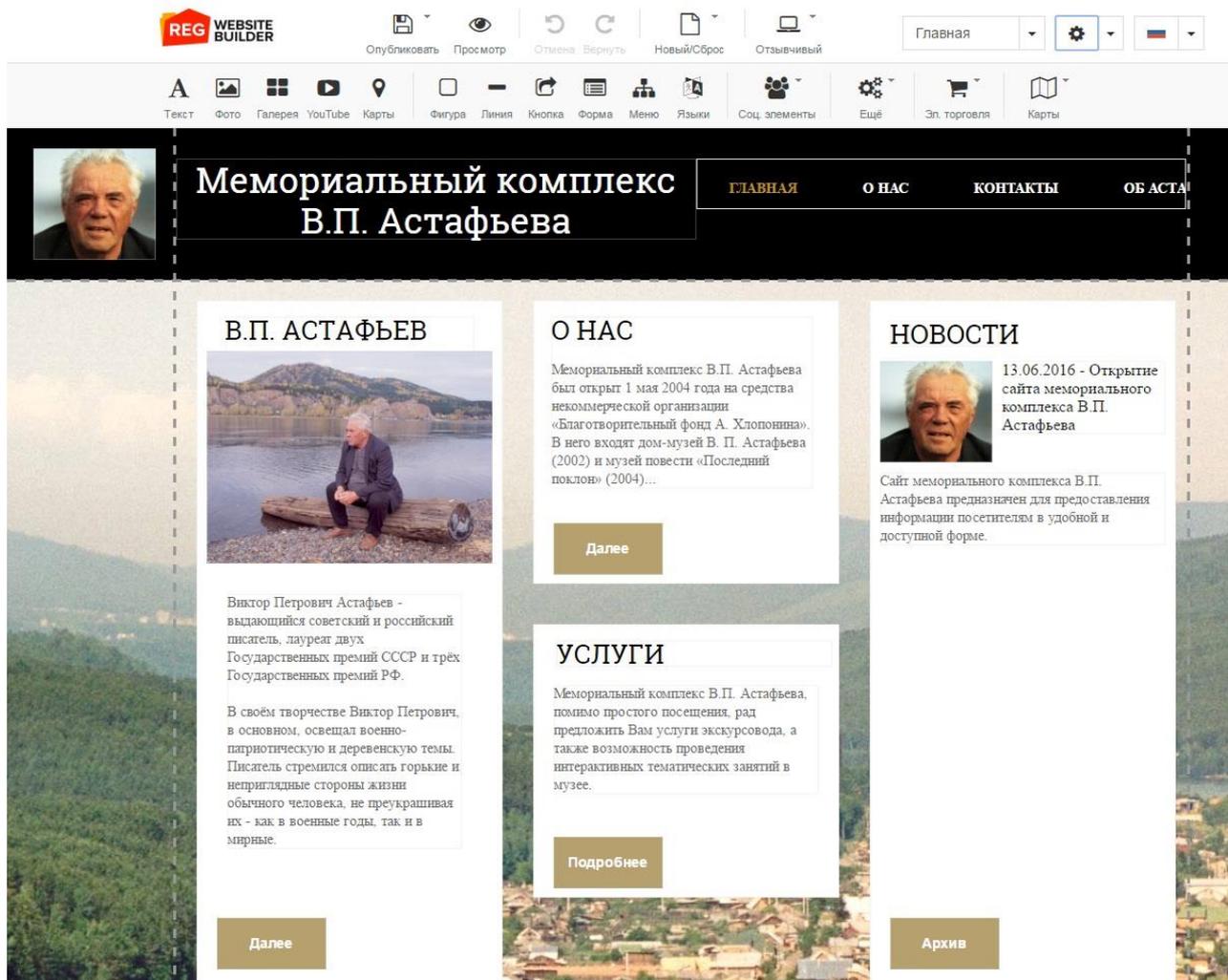


Рисунок 34 – CMS редактор сайта Мемориального комплекса В.П. Астафьева

Элементы сайта, такие как изображения, тексты и гиперссылки могут быть добавлены и удалены простым щелчком мыши. Для более тонкой настройки в редакторе есть несколько специальных разделов.

В дальнейшем, при необходимости, могут быть реализованы многие другие функции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, прежде всего хотелось бы отметить, что в наше время разработка сайтов, в частности, на основе CMS, активно развивается и становится всё более удобным и эффективным даже для людей, не имеющих специального образования.

Безусловно, во многом быстрый и непрекращающийся прогресс в данной области, как и во многих других областях в наше время, обусловлен естественной конкуренцией и борьбой за заказчика услуг у поставляющих системы CMS сервисов. В дальнейшем же этот прогресс будет лишь набирать темпы ввиду появления новых сервисов.

Вполне вероятно, что уже в ближайшем будущем куда более остро встанет вопрос о выборе из различных CMS, имеющих принципиальные различия между собой на техническом уровне, помимо, конечно, уже существующих заметных отличий в надежности, поддержке и возможностях.

Всё это, вне всяких сомнений, поможет музеям и Мемориальным комплексам, идущим в ногу со временем, привлекать к себе внимание потенциальных посетителей. Этот процесс, в целом, имеет место уже в наши дни, становясь всё масштабнее и очевиднее даже для самых консервативных людей.

Тем не менее, до сих пор зачастую у музеев и Мемориальных комплексов, особенно не слишком крупных, веб-представительство оставляет желать лучшего или же вовсе отсутствует, что совершенно недопустимо в современном мире, если музей хочет привлекать к себе внимание потенциального посетителя, развиваться и получать новые ресурсы.

Автор данной работы считает, что у него получилось полностью выполнить поставленную перед ним задачу разработки сайта Мемориального комплекса Виктора Петровича Астафьева. Сайту также был подобран подходящий дизайн, а также было проведено первоначальное наполнение сайта контентом. Стоит, однако, учесть, что это не отменяет необходимости в

активной поддержке сайта в дальнейшем, заключающейся в слежении за актуальностью предоставленной информацией и своевременным сообщением всех важных новостей.

CMS, использованная автором данной работы для создания сайта Мемориального комплекса, позволит в дальнейшем без труда редактировать и дополнять сайт практически любому человеку, имеющему доступ к сети Интернет и телефону.

Готовый продукт был предоставлен для использования сотрудникам Мемориального комплекса Виктора Петровича Астафьева и должен в дальнейшем послужить в качестве источника информации для потенциальных и реальных посетителей Мемориального комплекса, а также в качестве рекламы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лебедев А.А. «Ководство» [Электронный ресурс] / А.А. Лебедев // Студия Артемия Лебедева. – Режим доступа: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/>
2. Рэч, М. Контентная стратегия управления сайтом: энц. изд. / М. Рэч, Е. Матвеев, К. Халворсон. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 51 с.
3. Проверка текста на переспам и тошноту [Электронный ресурс] // Контекстная реклама и SEO. – Режим доступа: <http://whiteprofit.ru>
4. Вин, Ч. Как спроектировать современный сайт: учебник / Ч. Вин. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 6 с.
5. Создание сайтов и разработка сайтов [Электронный ресурс] // Студия дизайна «WebOdtel». – Режим доступа: <http://www.webotdel.ru>
6. Сайт музея-усадьбы В.И. Сурикова [Электронный ресурс] // Музей-усадьба В.И. Сурикова. – Режим доступа: <http://surikov-dom.com/>
7. Сайт Красноярского краевого краеведческого музея [Электронный ресурс] // Красноярский краевой краеведческий музей. – Режим доступа: <http://www.kkkm.ru/>
8. British Museum site [Электронный ресурс] // British Museum. – Режим доступа: <http://www.britishmuseum.org/>
9. Сайт Государственного Эрмитажа [Электронный ресурс] // Государственный Эрмитаж. – Режим доступа: <https://www.hermitagemuseum.org/>
10. Андерсон, С. Приманка для пользователей: создаем привлекательный сайт: отд. издание / С. Андерсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 46 с.
11. Бокарев Т.А. Задачи сайта [Электронный ресурс] / Т.А. Бокарев // Энциклопедия интернет-рекламы. – Режим доступа: http://book.promo.ru/article3_1.html
12. Болотов И.А. Анализ сайта Красноярского краевого краеведческого музея / И.А. Болотов. – Красноярск, 2015.
13. Романчук А.В. Музейный туризм [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / А.В. Романчук. – Санкт-Петербургский

государственный университет, 2010. – Режим доступа:

http://tourlib.net/books_tourism/romanchuk.htm

14. Саггит М. Привлечение в музей новых посетителей [Электронный ресурс] / М. Саггит // Благотворительный фонд В. Потанина. – Режим доступа:

<http://museum.fondpotanin.ru/publ/7916/>

15. Креативный веб-дизайн и веб-разработка [Электронный ресурс] // liwil.net Web Studio. – Режим доступа:

<http://liwil.net/blog/sistemy-upravleniya-kontentom/chto-takoe-cms-i-zachem-ona-nuzhna?>