**Задачи приходского сайта**

***Информационная.*** Сайт содержит информацию о приходе, духовенстве, святынях, жизни прихода, его социальной деятельности и пр.

***Катехизаторская и миссионерская.*** Для ее выполнения сайт должен предоставлять основную информацию о Православии (основы христианской нравственности и веры, богослужение, таинства и подготовка к ним; что читать новоначальным), содержать интересные материалы для чтения: проповеди священнослужителей, статьи духовенства, прихожан и сотрудников храма.

***Коммуникационная.*** Сайт предоставляет возможность общения и обратной связи для прихожан как со священником, так и между собой.

Приходской сайт может служить отчетностью о жизни и трудах прихода.

**Статус приходского сайта в информационной системе епархии**

Перед созданием сайта прихода следует обратиться в епархию за уточнением, существуют ли какие-то определенные рекомендации, нужно ли благословение правящего архиерея или благочинного на создание сайта, будет ли осуществляться контроль со стороны информационного епархиального отдела.

**Информационная структура приходского сайта**

Ниже приведен список основных, рекомендуемых и дополнительных разделов приходского сайта. В основных разделах дается информация, которая обязательно должна быть на сайте. Рекомендуемые разделы создаются по усмотрению ответственного за сайт, в зависимости от деятельности прихода. В дополнительных разделах приведены примеры страниц, которые могут присутствовать на сайте храма.

**Основные разделы:**

1.О приходе (название с указанием благочиния и епархии, сельский или городской, действующий или не действующий, фотография храма, краткая информация).

2. История прихода.

3. Расписание богослужений.

4. Духовенство (с фотографиями, краткой биографией).

5. Контактная информация.

6. Святыни храма (почитаемые иконы, святые, особенно местночтимые и т.д.) с фотографиями, описанием, житиями, историей.

7. Приходские новости.

**Рекомендуемые разделы:**

1. Архипастырь (информация о правящем архиерее с ссылкой на сайт епархии).

2. Благочиние (информация о благочинии, благочинный, как связаться, по каким вопросам обращаться).

3. Вопросы священнику (возможность прихожанам задать вопрос священнику и получить ответ на сайте).

4. Фотогалерея (фотографии храма, приходских событий, мероприятий).

5. Престолы.

6. Приходские объявления.

7. Воскресная школа (описание, расписание занятий, о преподавателях, фотографии, видео с выступлений, отчеты о проведенных мероприятиях, успехах учеников и пр.).

8. Молодежные отделы, лагеря, реабилитационные центры, клубы, приюты и пр. организации, действующие при храме (описание, расписание занятий и встреч, фотографии, отчеты о проведенных мероприятиях, успехи, достижения и пр.).

9. Служение (если духовенством прихода окормляется, например, войсковая часть, больница, тюрьма и пр.).

10. Православный календарь (существуют готовые скрипты календарей, которые можно встроить в сайт, например, http://days.pravoslavie.ru/).

11. Начинающему христианину (основы Православия, значение таинств, подготовка к ним, церковный этикет и пр.)

12. Православная семья (основные вопросы брака и семьи, православная семья в современном мире, вопросы воспитания детей, рассказ о многодетных и просто интересных семьях, окормляющихся в приходе).

13. Библиотека (информация о приходской библиотеке, рекомендации для чтения как новоначальным, так и более глубоко интересующимся людям, с ссылками на электронные книги).

14. Паломничество.

15. Отдых в Православном молодежном центре "Спас".

**Распространенные дополнительные разделы:**

1. Медиатека (подборка аудио- и видеоматериалов; особое внимание при размещении таких материалов следует уделить вопросам соблюдения авторского права).

2. Публикации.

3. Проповеди.

4. Приходская газета (с архивом номеров).

5. Прихожане (творчество прихожан, рассказы об интересных людях и пр.).

6. Детская страничка.

7. Форум. (Для приходов с большим числом прихожан. При создании этого раздела следует помнить, что форум требует тщательной модерации.

8. Гостевая книга (помогает понять достоинства и недостатки сайта, получить отзыв о нем).

**Информационное наполнение приходских сайтов**

Наполнением, написанием и подбором информации для приходского сайта может заниматься человек, получивший на это благословение настоятеля. Разделы сайта «Вопросы священнику» и «Форум» требуют непосредственного участия священнослужителя или штатного катехизатора.

Не следует создавать слишком много разделов сайта, если нет времени или материалов для их заполнения. Необходимо заблаговременно заняться подготовкой материала по намеченным темам или добавлять разделы на сайт по мере появления информации.

Можно размещать (импортировать) информацию (новостные ленты, анонсы статей, жития святых) с других православных ресурсов. Но использовать эту возможность следует ограниченно, чтобы не превратить приходской сайт в сборник информационных лент других веб-ресурсов. На 70% контент на сайте должен быть уникальным, т.е. созданным самостоятельно.

**Сайт важно регулярно обновлять.** Веб-ресурс, на котором новости обновлялись два месяца назад, а расписание богослужений неактуально, не вызывает доверия у посетителя, и, скорее всего, он туда уже не вернется.

Все материалы сайта должны быть проверены на орфографические, пунктуационные и грамматические ошибки. Удобно, если на сайте есть специальный модуль, позволяющий пользователям указывать на недочеты в тексте.

Важный момент при наполнении сайта – соблюдение авторских прав. Если информация (текст или изображение) копируется из другого источника, следует обязательно ставить на него ссылку и указывать автора. В некоторых случаях требуется дополнительно согласовать с правообладателем размещение материала на сайте.

**Способы реализации сайта**

Выбор способа создания сайта зависит от нескольких факторов:

1. Требуемый функционал и сложность информационной структуры сайта.

2. Финансовые возможности прихода.

**Способы создания сайта**

1. Заказать сайт у веб-студии. Это самый дорогой вариант, требующий вложений не только на начальном этапе, но и для дальнейшего поддержания приходской страницы в интернете. Сайт разрабатывается индивидуально, под необходимую структуру и функционал. Перед началом работ нужно будет тщательно продумывать техническое задание. После окончания работ необходимо будет разместить сайт на хостинге , купить и привязать к нему домен. Изменение структуры сайта, дополнение его новыми функциями потребует привлечения специалистов. Положительная сторона – у сайта будет индивидуальный, узнаваемый дизайн, собственный домен, «заточенная» под задачу структура. Такой вариант целесообразно использовать, если у сайта есть задачи, которые выходят за рамки стандартных решений.

2. Создать сайт на основе CMS, выбрав стандартный шаблон или заказав индивидуальный дизайн. Кроме оплаты работ по разработке, потребуются затраты на покупку домена и размещение сайта на хостинге . Поддержкой и доработкой сайта сможет заниматься человек, осведомленный в интернет-технологиях. При разработке сайтов на основе бесплатных CMS следует уделять особое внимание вопросу безопасности. Так как код этого программного продукта распространяется и дорабатывается бесплатно, его уязвимости широко известны.

Этот способ можно использовать, когда требуется создать сайт с достаточно широким набором стандартных возможностей. Зачастую в CMS уже реализованы такие функции, как RSS, поиск по сайту.

3. Самый простой способ, не требующий практически никаких вложений (в некоторых конструкторах может быть введена плата за отключение на сайте рекламы), - создать сайт с помощью конструктора. Это простой вариант, не требующий специальных знаний и навыков, так как сайт формируется путем выбора нужных разделов и их дальнейшего наполнения. В Интернете есть несколько вариантов бесплатных конструкторов сайтов, например, http://narod.yandex.ru/, http://www.ucoz.ru/, http://prihod.ru/. Существуют конструкторы, предназначенные специально для создания приходских сайтов. Например, в бесплатном конструкторе prihod.ru предусмотрен простой, но достаточный для создания сайта храма функционал, предлагается готовая информационная структура, оказывается постоянная бесплатная консультационная помощь в создании и поддержке ресурса. В этом конструкторе учтены требования Cтандарта присутствия приходов Русской Православной Церкви в сети интернет.

Если сайт создан с помощью конструктора, то он автоматически размещается на оборудовании этого ресурса, бесплатно предоставляется домен третьего уровня, а работоспособностью конструктора в целом, его безопасностью, обеспечением исправности оборудования и программного обеспечения занимаются специалисты этого ресурса.

Этот способ целесообразно использовать, когда требуется сайт со стандартным набором функций, возможностью простого обслуживания и минимальными затратами.

**Дополнительные технические аспекты работы сайта**

1. Сайт должен корректно отображаться во всех браузерах (Internet Explorer 7+, Mozilla Firefox 3.5+, Opera 10+, Safari, Google Chrome). Это напрямую зависит от специалиста, который создавал сайт.

2. Нужно исключить на сайте пустые и неработающие ссылки (т.е. ссылки, которые никуда не ведут или по которым выдается страница с ошибкой).

3. Сайт должен быть доступен пользователям постоянно, без перерывов в работе и с нормальной скоростью загрузки страниц. Ошибки в работе сайта должны исправляться максимально быстро.

4. Желательно организовать экспорт информации с приходского сайта на сайты благочиний и/или епархий (в частности, краткую информацию о храме, контакты, клир, расписание богослужений, местночтимые святые, новости прихода и пр.).

**Продвижение сайта**

Продвижение сайта – трудоемкий процесс, который требует определенных навыков и знаний. Необходимый минимум – регистрация сайта в поисковых системах и получение на него ссылок с других сайтов.

**Регистрация сайта в поисковых системах**

Для удобства регистрации сайта в каталогах, чтобы не вводить повторно одни и те же данные, можно создать текстовый файл с ссылкой на главную страницу сайта, названием сайта, кратким (до 150 символов, включая пробелы) описанием, контактным лицом и e-mail. Далее эту информацию можно использовать при заполнении форм добавления сайтов в поисковые системы.

Добавление сайта в основные поисковые системы:

1. Яндекс Вебмастер, сервис «Сообщить о новом сайте». Одновременно добавляется в Рамблер-Поиск.

2. Google Инструменты для веб-мастеров, добавление сайта.

3. Апорт. Внизу страницы ссылка «Советы по регистрации».

4. MSN http://www.bing.com/webmaster/SubmitSitePage.aspx

5. Gogo http://gogo.ru/wmaster/add\_site.html

Не так давно было принято сразу после создания сайта регистрировать его во множестве каталогов. Однако в последнее время ссылки с каталогов стали учитываться поисковыми системами мало. Поэтому достаточно ограничиться крупными и тематически близкими каталогами:

1. DMOZ

2. Яндекс

3. Рейтинг Топ100 Рамблера

4. Православное христианство

5. Региональные каталоги веб-ресурсов при наличии соответствующих разделов.

**Размещение ссылок**

Ссылки, которые ведут на сайт, нужно размещать на тематически подходящих ресурсах или там, где посетителей сможет заинтересовать информация о приходе. Желательно размещать ссылки на сайтах благочиния и епархии.

Хорошо, если ссылка размещается в тематической статье, которая постоянно находится на сайте, или в соответствующем тематическом разделе.

Имеет значение описание, которое сопровождает ссылку (анкор). На разных сайтах его предпочтительно делать разным.

Обратные ссылки (когда страницы двух сайтов ссылаются друг на друга) малоэффективны. Также не стоит размещать на одной странице много ссылок на другие сайты.

Для простоты размещения информации о сайте прихода можно создать специальную картинку – баннер, которая при установке на других веб-ресурсах будет ссылаться на сайт.

**Установка ссылок в блогах, соцсетях, на форумах**

Для размещения ссылок в блогах и на форумах нужно выбирать тематические и наиболее посещаемые ресурсы. Это могут быть крупные православные и региональные форумы и блоги. При размещении информации на форуме вашего региона нужно выбирать тематически подходящую рубрику.

Популярной становится связь приходских сайтов с группами в социальных сетях, это дает возможность рассказать о своем сайте и привлечь на него дополнительных посетителей. Размещать ссылки в соцсетях (например, ВКонтакте, Одноклассники, facebook и пр.) необходимо также избирательно, в группах нужной тематики.

**Безопасность сайта**

Любая форма ввода информации на сайте (комментарии, вопросы священнику, гостевая книга) – возможность для спам-ботов или отрицательно настроенных посетителей внести на сайт рекламную или нежелательную информацию. Необходимо предусмотреть минимальные меры защиты. Например, для защиты от спам-ботов можно использовать CAPTCHA. Чтобы исключить появление нежелательных сообщений от пользователей (особенно на форумах), можно ввести систему премодерации (т.е. проверять сообщения перед их публикацией на сайте).

Для защиты от взлома административной части сайта нужно устанавливать надежные пароли (состоящие из заглавных и строчных букв, цифр и символов). Не стоит передавать пароли третьим лицам, хранить их в легкодоступном месте, пересылать их в открытом доступе по электронной почте. В случае смены администратора сайта или веб-мастера, а также сразу после приемки сайта (если он создавался на заказ) нужно поменять пароли (от хостинга , административной части, FTP и пр.), проверить, с помощью какой электронной почты происходит их восстановление. Если для доступа к сайту используется FTP , не рекомендуется сохранять пароли от доступа в программах-клиентах.

**Техническое задание включает в себя:**

1. Цели проекта, задачи.

2. Информационная структура: какие разделы, какого вида информация на них будет текст, фото и т.д.

3. Функционал:

a) пользовательский: наличие форума для общения пользователей, возможность обратной связи со страниц сайта, например, оставление комментариев, оценка фотографий, отправление вопросов настоятелю, оставление сообщений в гостевой книге и пр.;

b) администраторский: управление информацией на сайте, получение уведомлений о событиях (новые комментарии в различных разделах, вопросы настоятелю и пр); возможность дополнять сайт новыми разделами или удалять ненужные, изменять его структуру; управление сайтом должно быть реализовано таким образом, чтобы его мог осуществлять любой пользователь с минимальными навыками работы на компьютере;

c) наличие дополнительных возможностей: поиск по сайту, RSS-ленты новостей, экспорт данных со страниц сайта, наличие версии сайта для мобильных устройств и пр.

4. Четко сформулированные требования к дизайну: цветовая гамма, использование определенных шрифтов, может прилагаться примерная схема основных страниц и расположение на них блоков или можно привести пример сайта, дизайн которого кажется удачным. Дизайн должен быть не просто ярким и красочным, а в первую очередь удобным для пользователей.

5. Техническая составляющая: с помощью каких технологий будет реализован сайт, какой у него будет домен, где он будет размещен (на каком хостинге ).

**Доменное имя (домен)**

Доменное имя (домен) – область в сети Интернет, обозначенная уникальным именем, состоящим из латинских или кириллических символов. Например, patriarchia.ru или патриархия.рф. Домен бывает разных уровней. Доменные уровни разделены точками. Например, домен patriarchia.ru второго уровня.

Доменные имена второго уровня – платная услуга, которую предоставляют компании-регистраторы доменных имен (например, RUcenter (www.nic.ru), www.reg.ru и др.). Домены могут быть в разных доменных зонах: .ru, .com, .org, .рф и т.д. Компания-регистратор предоставляет домен на год, после чего нужно продлять регистрацию и оплачивать ее снова. Конструкторы сайтов обычно бесплатно предлагают домены третьего уровня, например, bogoslov.prihod.ru,

при этом не требуется продление доменных имен.

При регистрации домена важно определить, кто является его собственником. Рекомендуется регистрировать домен на юридическое лицо (приход). Не желательно оформлять домен на настоятеля, частные лица или сторонние организации. Это может привести к утере доменного имени приходского сайта в случае перевода настоятеля в другой приход, утраты контактов с частным лицом или организацией. В целях удобства и минимизации рисков административный и технический пароли доступа к учетной записи домена на сайте компании-регистратора могут иметь несколько доверенных представителей прихода.

**Хостинг**

Если сайт создан на заказ (индивидуальный или с помощью CMS), необходимо выбрать специальную компанию – хостинг, на оборудовании которой он будет размещен. При выборе хостинга учитываются такие факторы, как:

программные средства, с помощью которых создан сайт;

объем дискового пространства, выделяемый под сайт (обычно в дешевых тарифах он сильно ограничен);

стабильность канала Интернет (чтобы сайт не «тормозил» и был всегда доступен, даже когда на нем одновременно находится много посетителей);

круглосуточная (часто обозначается как 24/7/365) служба технической поддержки, которая быстро реагирует на обращения.

Сайт на хостинге должен разместить и настроить веб-мастер. При размещении на хостинге специалисты службы технической поддержки отвечают только за работоспособность оборудования, базового программного обеспечения, стабильность канала, при этом работоспособность самого сайта должен поддерживать и обеспечивать веб-мастер.

CMS (Content management system)

CMS (Content management system) – программный комплекс, предоставляющий функции создания, редактирования, контроля и организации веб-страниц. CMS могут быть как коммерческими (Amiro.CMS, 1С-Битрикс, HostCMS, NetCat, UMI.CMS, webAsyst и др.), так и бесплатными (ModX, Drupal, Joomla, WordPress и др.).

**Работа с исполнителем по созданию сайта**

Если принято решение заказывать создание сайта у стороннего разработчика, необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. До начала работ обязательно нужно ознакомиться с портфолио разработчика, посмотреть, какие проекты уже созданы, насколько они сложные, хорошо ли выполнен дизайн, работают ли эти сайты корректно во всех браузерах и, в целом, сколько проектов фирма уже реализовала. Невысокая стоимость создания сайта говорит о том, что, скорее всего, он будет реализован с помощью CMS (готовой или разработанной фирмой самостоятельно). За небольшую плату можно сделать основной функционал, более серьезные доработки потребуют дополнительных затрат.

2. Перед началом работ необходимо составить (возможно, совместно со специалистом фирмы) четкое техническое задание. Разработка сайта должна обязательно производиться по договору на основе утвержденного обеими сторонами технического задания.

По техническому заданию определяются сроки реализации проекта, проходит приемка работ.

3. Во время приемки работ (перед подписанием акта сдачи-приемки работ) нужно тщательно протестировать весь функционал в разных браузерах (Internet Explorer 7+, Mozilla Firefox 3.5+, Opera 10+, Safari, Google Chrome). Фирмы-разработчики обычно гарантируют поддержку сайта и исправление ошибок в течение ограниченного количества времени (это обязательно должно быть прописано в договоре). Дополнительные доработки будут требовать дополнительных затрат, а после подписания акта сдачи-приемки и полной оплаты работ недобросовестные исполнители могут затягивать с правками (срок внесения правок после подписания акта сдачи-приемки работ должен быть прописан в договоре).

**Основы продвижения и поисковой оптимизации**

**Статистика посещаемости, использование счетчиков**

Чтобы отслеживать состояние сайта, необходимо видеть его статистику посещаемости, выделять наиболее популярные разделы, отслеживать ссылки на сайт и пр. Для этого нужно установить специальные счетчики статистики, например, Google Analytics, Яндекс Метрика, LiveInternet. Используя счетчики, можно получить следующую информацию:

1. Посещаемость сайта в целом и каждой из его страниц в отдельности. Счетчики считают, сколько пользователей посетили сайт, сколько времени пробыли на его страницах, какой процент отказа (т.е. сколько человек уходил с сайта, не просмотрев его), с каких страниц пользователи уходят с сайта. Можно выделить наиболее популярные страницы, проанализировать, какой материал больше интересен посетителям, и работать над его развитием; выявить отток посетителей, попытаться выявить проблему – неудобный дизайн, непонятная навигация по сайту, незаполненные разделы и пр.

2. Посмотреть, с каких сайтов приходят посетители, где стоят ссылки на ваш сайт, насколько они эффективны (много ли пользователей пришли по ним).

3. Проанализировать техническую составляющую: какие устройства, операционные системы, расширение экрана и пр. используют пользователи. После этого анализа можно сделать выводы, стоит ли заводить версию сайта для мобильных устройств; проверить еще раз, корректно ли отображается сайт на самых популярных расширениях экрана и в самых популярных браузерах.

4. Кроме того счетчики выдают другую информацию: географию посещений, демографическую структуру, статистику по использованию поиска на сайте и пр.

**Продвижение в поисковых системах: основные рекомендации**

Люди находят сайты с помощью поисковых систем (Яндекс, Гугл, Рамблер и др.). Чтобы поисковые системы хорошо индексировали сайт и выводили его на высоких позициях поисковой выдачи, необходимо провести внутреннюю и внешнюю оптимизацию.

Поисковая оптимизация индивидуальна для каждого сайта. Ниже приводятся общие рекомендации. Часто поисковые системы публикую свои требования к сайтам. Например, с особенностями продвижения в поисковой системе Яндекс можно ознакомиться на странице http://help.yandex.ru/webmaster/?id=1108938.

Поисковая оптимизация делится на два этапа: внутренняя и внешняя. Начинается оптимизация с определения семантического ядра сайта.

Составление семантического ядра сайта

Семантическое ядро – список ключевых запросов (ключевых слов), по которым пользователи будут находить сайт в поисковых системах. Запросы могут состоять из нескольких слов. Чем точнее выделены ключевые слова, тем больше вероятность того, что пользователь, перейдя по ним, найдет нужную информацию и останется на сайте.

При распределении ключевых запросов по страницам сайта надо иметь в виду, что каждая страница может быть оптимизирована под несколько (3-5) ключевых запросов, желательно не повторяющихся в оптимизации на других страницах сайта.

Ключевые запросы могут быть высококонкурентные (высокочастотные), среднеконкурентные (среднечастотные) и низкоконкурентные (низкочастотные). Конкурентность запросов зависит от того, как часто их ищут пользователи поисковых систем. Посмотреть частоту запросов можно, например, в сервисе от Яндекса www.wordstat.yandex.ru. Легче всего продвинуть сайт по низко- и среднеконкурентным запросам.

**Внутренняя оптимизация страниц**

(необходим доступ к исходному коду веб-страницы и минимальные понятия о html-тегах).

1. Заполнение мета-тегов.

a. В теге title (заголовок страницы) допускается до 867 знаков, однако Яндекс индексирует эффективно примерно 250-300 знаков. Сила конкурентности запросов от начала тега к концу должна убывать, это существенно улучшает эффективность передачи ссылочного веса от внешних ссылок. На главной странице сайта в тег title можно прописать название прихода и населенный пункт.

b. В теге (ключевые слова страницы) допускается до 500 знаков. Запросы вводятся через пробелы, в порядке приоритета.

c. В теге (описание страницы) необходимо поместить связный текст с описанием основной тематики страницы, размером до 250 знаков. Текст в теге желательно делать уникальным для каждой страницы, использовать в нем ключевые слова, указанные в теге в разных падежах. Часто из тега , если его содержимое соответствует содержимому страницы и ключевым словам, поисковые системы формируют сниппет.

2. Контент (информация на странице).

При наполнении сайта не стоит копировать контент с других сайтов – это может повлечь санкции поисковых систем. При плагиате (даже частичном или с заменой слов) выдача в результатах поиска будет хуже, чем у первоисточника, в отдельных случаях это может даже ухудшить индексацию сайта.

Изменение и появление новой, уникальной информации положительно влияет на индексацию сайта. Редко обновляемые сайты не представляют для роботов поисковых систем интереса и индексируются реже и не так эффективно. Выкладывать материал лучше порционно – это позволит в течение более долгого времени сохранить динамику индексации сайта.

**Внешняя оптимизация**

Целью внешней оптимизации является получение внешней ссылочной базы нужного объема и состава для улучшения видимости сайта (повышение позиций сайта в результатах поисковых систем по выбранным ключевым запросам). На что обратить внимание при простановке ссылок на сайт на других ресурсах:

1. Наибольший вес и эффективность несут сайту естественные ссылки с тематических

(в нашем случае православных) сайтов, уже проиндексированных поисковыми системами и наполненных качественным контентом.

2. Массовые ссылки с нетематических форумов, блогов и сайтов общих или других тематик не принесут сайту или никакой пользы, или понизят его позиции по запросам в выдаче поисковых систем, как нерелевантные (нетематические вашему сайту).

3. При установке ссылки на другой сайт нужно обратить внимание на текст-описание ссылки (анкор). Например, ссылка <a href=”http://somesite.prihod.ru/”>Сайт прихода в честь Иконы Казанской Божией Матери г. Н</a> будет иметь больший вес, чем ссылка Сайт прихода в честь Иконы Казанской Божией Матери г. Н смотрите <a href=”http://somesite. prihod.ru/”>здесь</a>. Желательно избегать повторов в анкорах на разных сайтах. Повторы могут быть восприняты как признак автоматической простановки роботами поисковых систем.

4. Ссылки следует расставлять в определенном объеме, придерживаясь выбранного семантического ядра продвижения (анкоры ссылок должны быть вариациями ключевых запросов продвигаемой страницы, на которую ведут ссылки).