ДЭПАРТАМЕНТ ПА АРХІВАХ І СПРАВАВОДСТВЕ
МІНІСТЭРСТВА ЮСТЫЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

ДЗЯРЖАЎНАЯ ЎСТАНОВА «БЕЛАРУСКІ НАВУКОВА-ДАСЛЕДЧЫ ЦЭНТР ЭЛЕКТРОННАЙ ДАКУМЕНТАЦЫІ»

ЗАЦВЕРДЖАНА

Загад дырэктара Дэпартамента
па архівах і справаводстве
Міністэрства юстыцыі
Рэспублікі Беларусь
№ 31 ад 19.05.2023

МЕТАДЫЧНЫЯ РЭКАМЕНДАЦЫІ

па стварэнні інтэрнэт-выставак архіўных дакументаў
дзяржаўных архіўных устаноў

УЗГОДНЕНА

Пратакол пасяджэння
Цэнтральнай экспертна-метадычнай
камісіі Дэпартамента
па архівах і справаводстве
Міністэрства юстыцыі
Рэспублікі Беларусь
15.02.2023 № 1

Мінск 2023

ЗМЕСТ

АБАЗНАЧЭННІ І СКАРАЧЭННІ 3
ГЛАВА 1 АГУЛЬНЫЯ ПАЛАЖЭННІ 4
ГЛАВА 2 ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ: ВЫЗНАЧЭННЕ, МЭТЫ, ЗАДАЧЫ, ФУНКЦЫІ 5
ГЛАВА 3 ПЛАНАВАННЕ ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ 6
ГЛАВА 4 ВЫЯЎЛЕННЕ, АДБОР І АПРАЦОЎКА ДАКУМЕНТАЎ І ДАДАТКОВЫХ МАТЭРЫЯЛАЎ ДЛЯ ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ 8
ГЛАВА 5 ТЭХНІЧНАЕ ЗАБЕСПЯЧЭННЕ ПРАЕКТА ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ 10
ГЛАВА 6 МЕРАПРЫЕМСТВЫ, ЗВЯЗАНЫЯ З ІНФАРМАЦЫЙНЫМ ПРАСОЎВАННЕМ ПРАЕКТА ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ 12

АБАЗНАЧЭННІ І СКАРАЧЭННІ

Інтэрнэт-выстаўка (віртуальная выстаўка) архіўных дакументаў	– публічны паказ архіўных дакументаў, якія аб'яднаны адной тэмай, сістэматызаваны па пэўным прынцыпе і размешчаны ў Інтэрнэце (ці на агульнадаступных электронных рэсурсах/носьбітах)
НАФ	– Нацыянальны архіўны фонд Рэспублікі Беларусь
ПЗ	– праграмнае забеспячэнне
СМІ	– сродкі масавай інфармацыі
ТЗ	– тэхнічнае заданне
SEO	– Search Engine Optimization – павелічэнне прэзентацыі/бачнасці інтэрнэт-праекта па выніках запытаў у пошукавых сістэмах пры дапамозе выкарыстання адмысловых тэхналогій

ГЛАВА 1
АГУЛЬНЫЯ ПАЛАЖЭННІ

1. Метадычныя рэкамендацыі па стварэнні інтэрнэт-выставак архіўных дакументаў дзяржаўных архіўных устаноў (далей – Рэкамендацыі) распрацаваны з улікам сусветных і айчынных навукова-метадалагічных падыходаў да распрацоўкі віртуальных экспазіцый, а таксама дзеючай ў Рэспубліцы Беларусь нарматыўна-прававой базы.

2. Рэкамендацыі вызначаюць мэты, задачы і паслядоўнасць мерапрыемстваў па стварэнні інтэрнэт-выставак дакументаў НАФ Рэспублікі Беларусь.

3. У Рэкамендацыях разглядаюцца арганізацыйна-метадалагічныя і праграмна-тэхнічныя падыходы да стварэння інтэрнэт-выставак архіўных дакументаў, якія ўмоўна можна падзяліць на дзве групы мерапрыемстваў:

– *асноўную* (главы 2-5), якая звязана непасрэдна з арганізацыйна-метадалагічнай працай па стварэнні інтэрнэт-выстаўкі, а таксама выкарыстаннем ІТ пры распрацоўцы вэб-старонкі і дызайна праекта;

– *дадатковую* (глава 6), якая звязана з інфармацыйным прасоўваннем праекта сярод зацікаўленых грамадзян і арганізацый, яго папулярызацыяй праз СМІ, сацыяльныя сеткі і г. д.

ГЛАВА 2
ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ: ВЫЗНАЧЭННЕ, МЭТЫ, ЗАДАЧЫ, ФУНКЦЫІ

4. Да пераваг інтэрнэт-выставак перад традыцыйнымі (стацыянарнымі) экспазіцыямі варта аднесці:

– шырокі геаграфічны ахоп аўдыторыі;
– неабмежаваны час дзеяння (24/7);
– наяўнасць інструментаў аператыўнага кантролю;
– адносная лёгкасць выкарыстання і капіравання;
– эканамічнасць;
– магчымасць аднаўлення, дапаўнення і адаптацыі інфармацыі;
– наяўнасць зваротнай сувязі з патэнцыяльнымі карыстальнікамі.

5. Мэтай кожнай віртуальнай выстаўкі архіўных дакументаў з’яўляецца папулярызація гістарычнай і культурнай спадчыны праз публічны паказ у лічбавай прасторы дакументаў з фондаў архіўных устаноў.

6. Да асноўных задач, якія вырашаюцца з дапамогай інтэрнэт-выставак дакументаў НАФ, можна аднесці:

– захаванне гістарычнай памяці;
– стварэнне ўмоў для працы прафесійных архівістаў, гісторыкаў, а таксама навучэнцаў;
– рэпрэзентацыю дзейнасці архіўных устаноў;

7. Інтэрнэт-выстаўка дакументаў НАФ павінна выконваць культурна-асветніцкую, навучальна-выхаваўчую і навукова-даследчую функцыі.

ГЛАВА 3
ПЛАНАВАННЕ ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ

8. Арганізацыя працы па стварэнні інтэрнэт-выстаўкі архіўных дакументаў уключае наступныя пункты:

– планаванне выстаўкі: вызначэнне яе тэматыкі і архіўных фондаў, якія могуць змяшчаць дакументы, датычныя да тэмы праекта, а таксама вывучэнне літаратуры і іншых крыніц;

– фармуляванне канцэпцыі выстаўкі;

– выяўленне і адбор неабходных архіўных дакументаў і іх апрацоўка;

– распрацоўка вэб-старонак выстаўкі;

– падрыхтоўка суправаджальных матэрыялаў;

– сборка і размяшчэнне выстаўкі ў Інтэрнэце, правядзенне мерапрыемстваў па прасоўванню праекта.

9. Пры падрыхтоўцы інтэрнэт-выстаўкі архіўных дакументаў перш за ўсё праводзіцца комплекс мерапрыемстваў, звязаных з непасрэдным планаваннем будучага праекта.

10. Пры выбары тэмы праекта варта кіравацца яе актуальнасцю (нейкая знакавая ці важная для грамадства гістарычная дата, юбілей/гадавіна з дня нараджэння пэўнай асобы і г. д.), а таксама наяўнасцю ў архіўных фондах дакументаў, з дапамагой якіх больш поўна можна яе раскрыць.

11. Канцэпцыя (тэматычны план) праекта вызначае актуальнасць тэмы, мэты, задачы, структуру і змест выстаўкі. Канцэпцыя праекта вызначаецца з улікам наяўных дакументаў, а таксама матэрыяльна-тэхнічных магчымасцей канкрэтнай архіўнай установы. У ёй адлюстроўваюцца як гуманітарныя (тэматыка, мэты, прынцыпы адбору і характарыстыка дакументаў і г. д.), так і тэхнічныя аспекты будучай інтэрнэт-выстаўкі.

12. Кожная інтэрнэт-выстаўка можа быць падрыхтавана асобным архівам як самастойна, так і сумесна з іншымі ўстановамі, арганізацыямі ці прыватнымі асобамі, якія могуць прадставіць для размяшчэння дакументы са сваіх фондаў, а таксама аказаць іншую дапамогу.

13. Пасля фармулявання канцэптуальных палажэнняў рэалізацыі праекта неабходна вызначыцца з платформай для размяшчэння інтэрнэт-выстаўкі. Гэта можа быць як непасрэдна сайт канкрэтнай архіўнай установы, так і іншыя рэсурсы (інтэрнэт-сайт “Архівы Беларусі”, сайт установы мясцовай выканаўчай улады ці іншы рэсурс). Варта разглядаць магчымасці выкарыстання вольнага ПЗ для стварэння віртуальных

выставак з выкарыстаннем інтэрнэт-платформ і праграм з адкрытым кодам: *Omeka*, *Rescarta*, *Hexafair* і інш. Гэтыя рэсурсы выкарыстоўваюцца для забеспячэння доўгатэрміновага захоўвання і доступу да лічбавых аб'ектаў і дазваляюць публікаваць калекцыі мультымедыйных файлаў з магчымасцю індывідуальнага афармлення старонак інтэрнэт-выставак.

14. Ствараецца працоўная група па падрыхтоўцы кантэнту выстаўкі, вызначаюцца адказныя выканаўцы для арганізацыйнага і тэхнічнага этапаў рэалізацыі віртуальнага праекта выстаўкі. Для вялікіх праектаў (напрыклад межархіўных) можна вылучыць каля 5 умоўных роляў (індывідуальных ці камандных), адказных за віртуальны праект:

– *куратар*, які ажыццяўляе агульнае кіраўніцтва праектам і адказвае ў тым ліку за адбор матэрыялаў;

– *кантэнт-менеджар*, які адказвае за атрыманне і апрацоўку лічбаваых аб'ектаў;

– *каталагізатар*, адказны за каталагізацыю і групаванне лічбавых экспанатаў;

– *навуковы кансультант/кіраўнік*, за якім замацоўваецца напісанне і праверка суправаджальных тэкстаў, архіўных шыфраў і г. д.;

– *тэхнічны спецыяліст/кіраўнік*, адказны за вэб-распрацоўку, непасрэднае стварэнне і тэхнічнае суправаджэнне праекта.

Пры гэтым у залежнасці ад маштабаў праекта колькасць і ролі адказных могуць змяняцца ў любы бок.

ГЛАВА 4
ВЫЯЎЛЕННЕ, АДБОР І АПРАЦОЎКА ДАКУМЕНТАЎ І ДАДАТКОВЫХ МАТЭРЫЯЛАЎ ДЛЯ ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ

15. Пры выяўленні і адборы дакументаў неабходна кіравацца не толькі тэматыкай праекта, але і іх фізічнай захаванасцю, паколькі ад гэтага залежыць зрокавае ўспрыманне выстаўкі. Немалаважным аспектам з'яўляецца таксама значнасць і цікавасць таго ці іншага дакумента для патэнцыйных наведвальнікаў. Папярэдне неабходна вывучыць літаратуру па тэме выстаўкі: манаграфіі, перыядычныя выданні, сборнікі дакументаў і г. д.

16. Пры сістэматызацыі лічбавых копій архіўных дакументаў ажыццяўляецца іх стандартнае анатаванне. Усе выкарыстаныя дакументы павінны суправаджацца архіўным шыфрам: назва архіўнай установы, нумар фонду, нумар вопісу, нумар адзінкі захоўвання, нумар старонкі. Да іншамоўных матэрыялаў пажадана даваць пераклад.

17. У выпадку адсутнасці лічбавых копій неабходных дакументаў праводзіцца іх алічбоўка з канвертацыяй у патрэбныя фарматы (пры гэты варта арыентавацца на існуючыя метадычныя дакументы).

18. Лічбавыя копіі архіўных дакументаў для інтэрнэт-выстаўкі лепш захоўваць у фарматах JPG (JPEG), PNG, TIFF з якіх найбольш прыдатным выглядае першы. JPG (JPEG) забяспечвае адчувальна меншы аб'ём графічнага файла, што ў сваю чаргу дапамагае не перагружаць вэб-старонку грувасткімі файламі.

Пры гэтым JPG (JPEG) сціскае выяву са стратай якасці. Таму калі патрэбна выкарыстоўваць графічны файл для яго наступнай апрацоўкі, то лепш захоўваць выяву ў TIFF-фармаце.

19. Галоўны крытэрый для памеру файлаў – іх якасць і тэхнічныя магчымасці пляцоўкі для размяшчэння.

20. Апрацоўка зыходных файлаў для інтэрнэт-выстаўкі ажыццяўляецца ў графічных рэдактарах, выбар графічных рэдактароў залежыць ад шматлікіх фактараў: зручнасці, індывідуальных пажаданняў стваральнікаў выстаўкі, фінансавых магчымасцей арганізацыі, наяўнасці/адсутнасці пэўнага ПЗ.

Да найбольш папулярных платных графічных рэдактараў адносяцца *Adobe Photoshop CC, CorelDRAW, Graphics Suite* і інш. Да найбольш папулярных бясплатных – *Adobe Photoshop Elements, GIMP, Inkscape, Paint.NET*. Магчыма таксама выкарыстанне графічных рэдактараў, якія працуюць непасрэдна ў інтэрнэце, напрыклад набору анлайн-прыкладанняў *Pixlr*.

21. У дадатак да асноўных арыгіналаў файлаў варта падрыхтаваць іх паменшаныя копіі (г.зв. Preview) з максімальнай ступенню сціскання і выкарыстоўваць іх у праекце ў якасці графічных спасылак на арыгіналы.

22. Відэафайлы для больш зручнага размяшчэння на розных інтэрнэт-платформах рэкамендуецца захоўваць у фарматах MP4, MOV, AVI, WMV.

23. Для аўдыёфайлаў рэкамендуюцца фарматы MP3, FLAC, AAC, WMA.

24. Па жаданні можна карыстацца сродкамі абароны дакументаў ад капіравання – пазначаць кожны экспануемы дакумент абрэвіятурамі, эмблемамі і іншымі знакамі. Гэта можна зрабіць як з дапамогай звычайных графічных рэдактараў (*Paint, Adobe Photoshop* і інш.), так і з выкарыстаннем адмысловага платнага і вольнага ПЗ кшталту *WaterMarquee, PicMarkr, Batch watermark images online* і інш.

Але пры гэтым варта памятаць, што размяшчэнне такіх знакаў можа пашкодзіць рэпрэзентатыўнасці дакумента. Таму ў некаторых выпадках дастаткова пазначаць у межах інтэрнэт-выстаўкі (можна ў асобным раздзеле) ўмовы выкарыстання электронных копій экспануемых дакументаў.

25. Неабходна правесці працу па пошуку дадатковых матэрыялаў (аўтарскія суправаджальныя артыкулы і каментарыі, гістарычныя даведкі, анатацыі, тэрміналагічныя слоўнікі, гіперспасылкі, храналагічныя табліцы, біяграфічныя даведнікі, зводныя і тэматычныя пералікі і інш.), якія б дапаўнялі тэматыку канкрэтнай экспазіцыі. Колькасць такіх матэрыялаў нічым не абмежавана.

26. Адабраныя для выстаўкі матэрыялы сістэматызуюцца ў адпаведнасці з канцэпцыяй праекта па раздзелах і падраздзелах. Групаваць дакументы можна па змесце, храналогіі, геаграфіі і г. д.

ГЛАВА 5
ТЭХНІЧНАЕ ЗАБЕСПЯЧЭННЕ ПРАЕКТА ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ АРХІЎНЫХ ДАКУМЕНТАЎ

27. У выпадку, калі інтэрнэт-выстаўка ствараецца на асобным вэб-рэсурсе, распрацоўваецца яе ТЗ.

28. У ТЗ павінны быць указаны пералік работ, звязаных з тэхнічнай рэалізацыяй праекта інтэрнэт-выстаўкі, этапы і тэрміны стварэння, структура праекта (з разуменнем таго, як будуць размеркаваны па раздзелах і падраздзелах электронныя вобразы дакументаў і дадатковыя матэрыялы), патрабаванні да яго дызайну і стылістычнага афармлення, інтэрфейсу, пошукавай сістэмы, сродкаў прагляду экспанатаў і г. д.

29. Калі архіўная ўстанова распрацоўвае праект самастойна, варта вызначыць склад групы тэхнічных распрацоўшчыкаў.

30. Пры рапрацоўцы структуры і дызайну інтэрнэт-выстаўкі неабходна вызначыць лагічныя сувязі паміж старонкамі праекта, знайсці адпавядаючае канцэпцыі праекта графічнае афармленне і скласці схему размяшчэння асобных элементаў старонак.

31. Экспазіцыйная структура інтэрнэт-выстаўкі можа быць:

– лінейнай (па гарызанталі ці па вертыкалі), калі дакументы размяшчаюцца па тэматыка-храналагічным прынцыпе;

– разгалінаванай (візуальна прадстаўленая ў выглядзе, напрыклад, табліцы ці дрэва), якая дазваляе фарміраваць больш складаныя сэнсавыя ўзаемасувязі паміж асобнымі экспанатамі;

– камбінаванай, якая сумяшчае ў сабе рысы лінейнага і разгалінаванага тыпу размяшчэння, пашыраючы магчымасці кампаноўкі матэрыялаў праекта.

32. Інтэрфейс праекта павінен быць зручным і простым. Усе яго элементы ў межах праекта павінны выглядаць і працаваць аднолькава, каб забяспечыць эфектыўную і зручную работу карыстальніка.

33. Асаблівую ўвагу неабходна надаць навігацыйнай сістэме праекта – яна павінна быць зручнай і зразумелай для карыстальніка. Назвы раздзелаў павінны быць кароткімі і канкрэтнымі. Галоўную навігацыйную панэль варта размясціць у прыкметным і звыклым для карыстальніка месцы – уверсе старонкі ці ў яе левай частцы.

34. Апроч навігацыйных панэляў у верхняй ці левай частцы старонкі, дапушчальна выкарыстоўваць і іншыя схемы навігацыі, напрыклад укладкі ці пералік раздзелаў выстаўкі ў сярэдняй частцы старонкі, а таксама камбінаваць іх у розных спалучэннях.

Не рэкамендуецца рабіць занадта многа спасылак у навігацыйных панэлях. Іх колькасць у кожнай катэгорыі павінна быць роўная 7 ± 2.

35. Да тэхнічых нюансаў адносяцца таксама канчатковыя апрацоўка і рэдагаванне як візуальных, так і тэкставых матэрыялаў.

36. Агульны стыль знешняга афармлення павінен быць па магчымасці стрыманым. Колер тэксту павінен кантрасціраваць з колерам фону для забеспячэння камфортнага зрокавага ўспрымання

37. Для вялікіх праектаў абавязкова неабходна настроіць пошукавую сістэму. Пошук можа быць простым (калі пры выкананні запыту пошукавы механізм праглядае ўсе матэрыялы праекта) або пашыраным (калі на вобласць пошуку накладваюцца пэўныя абмежаванні і пошукавая сістэма праглядае толькі частку матэрыялаў праекта). Найбольшую эфектыўнасць і папулярнасць мае просты пошук, бо абмежаванне вобласці пошуку не толькі часта заблытвае карыстальніка, але і часам прыводзіць да страты пэўнай часткі пошукавых вынікаў у выпадку недакладнага запыту ўдакладняючых параметраў. Пашыраны ж пошук неабходны ў буйных праектах і каталогах дакументаў.

Можна інтэграваць у праект алгарытмы папулярных сістэм інтэрнэт-пошуку (напрыклад, Яндекс ці Google).

38. У мэтах камунікацыі мэтазгодным выглядае стварэнне механізмаў зваротнай сувязі з патэнцыйнымі наведвальнікамі інтэрнэт-выстаўкі. Для гэтага дастаткова пакідаць адрасы электроннай пошты, сацыяльных сетак і г. д.

39. Наступным этапам стварэння інтэрнэт-выстаўкі з’яўляецца яго канчатковая зборка, вёрстка, размяшчэнне ў сеціве.

40. Пасля запуску праекта неабходна праверыць агульную працаздольнасць і карэктнасць функцыянавання ўсіх яго частак, адсачыць і выправіць нерабочыя спасылкі, правесці карэкцыю магчымых абдруковак, недакладнасцей у апісаннях і г. д.

ГЛАВА 6
МЕРАПРЫЕМСТВЫ, ЗВЯЗАНЫЯ З ІНФАРМАЦЫЙНЫМ ПРАСОЎВАННЕМ ПРАЕКТА ІНТЭРНЭТ-ВЫСТАЎКІ

41. Пад прасоўваннем інтэрнэт-выстаўкі варта разумець папулярызацыю інфармацыі аб створаным праекце сярод максімальнай колькасці карыстальнікаў і актыўны пошук патэнцыйных наведвальнікаў віртуальнай экспазіцыі.

42. Падрабязная інфармацыя аб падрыхтаванай электроннай выстаўцы ў абавязковым парадку размяшчаецца на афіцыйным сайце архіва, сайце “Архівы Беларусі” і ў сацыяльных сетках. У анонсе неабходна расказаць пра тэматыку праекта, раскрыць яго актуальнасць, мэты і задачы, даць агульную характарыстыку экспануемым дакументам. Таксама анонс можна размясціць на сайтах партнёраў.

43. Найбольш эфектыўнымі з’яўляюцца мерапрыемствы, накіраваныя на інфармацыйную падтрымку праекта. Пад імі звычайна разумеюцца актыўная праца са СМІ і карыстальнікамі сацыяльных сетак, вынікам якой стане папулярызацыя праекта. У дадзеным кантэксце вылучаюцца два асноўныя напрамкі: афлайн (фізічнае) і анлайн-прасоўванне (праз інтэрнэт і іншыя сродкі электроннай камунікацыі) інфармацыі пра інтэрнэт-выстаўкі.

44. Да афлайн-мерапрыемстваў можна аднесці публікацыю электроннага адраса сайта ў СМІ, каталогах, на афішах і г. д. Найбольш жа наглядны спосаб афлайн-прасоўвання – правядзенне прэзентацыі праекта. На гэта мерапрыемства можна запрасіць спецыялістаў па тэме выстаўкі, прадстаўнікоў прэсы і г. д. Па сваіх задачах афлайн-прасоўванне вельмі падобнае на звычайную рэкламную кампанію, у той час як папулярызацыя праекта ў анлайн мае шэраг асаблівасцей.

45. Адным з эфектыўных сродкаў анлайн-прасоўвання праекта з’яўляюцца SEO-тэхналогіі, звязаныя з павелічэннем прэзентацыі/бачнасці інтэрнэт-праекту па выніках запытаў у пошукавых сістэмах пры дапамозе ўжывання адмысловых тэхналогій пошукавай аптымізацыі, г. зн. атрымання больш высокіх пазіцый у выніках пошуку адпаведнымі сістэмамі па зваротах карыстальнікаў. SEO уключае ў сябе работы па змяненні тэкставага кантэнту сайта, яго зыходнага кода, структуры, навігацыйных сувязей паміж старонкамі і інш.

46. Усе мерапрыемствы па анлайн-прасоўванні праекта пачынаюцца яшчэ на этапе яго распрацоўкі і датычацца менавіта SEO-працэдур: вызначэнне ключавых слоў, кароткіх апісанняў і загалоўкаў для кожнага з раздзелаў праекта, а таксама для кожнага дакумента.

Загаловак старонкі павінен дакладна адлюстроўваць яе змест і быць, з аднаго боку, лаканічным, а з іншага – інфарматыўным і ўнікальным. Непасрэднае апісанне старонкі павінна коратка і выразна адлюстроўваць напаўненне старонкі, а таксама быць інфарматыўным для патэнцыйнага наведвальніка. Лепш, каб апісанні розных старонак сайта не паўтараліся.

47. Назвы мультымедыйных файлаў, якія выкарыстоўваюцца ў праекце, павінны адлюстроўваць тэматыку малюнкаў і, па магчымасці, утрымліваць ключавыя словы. Для гэтага, як правіла, выкарыстоўваецца транслітарацыя з беларускай/рускай на англійскую мову і падзел слоў з дапамогай дэфіса. Рэкамендуецца выкарыстоўваць зразумелыя назвы выяў “parad_peramohi.jpg”, “kasmanaut_klimuk.jpg” і г. д. Непажаданыя абстрактныя імёны файлаў тыпу “image123.jpg”.

Назвы файлаў старонак праекта таксама павінны быць інфарматыўнымі і ўтрымліваць ключавыя словы;

48. Пасля таго, як неабходныя крокі па ўнутранай аптымізацыі праекта будуць пройдзены, інфармацыю аб ім і яго URL-адрасе неабходна адправіць для размяшчэння ў службу падтрымкі інтэрнэт-сайта “Архівы Беларусі” па адрасе ed@archives.gov.by. Таксама ў гэтую ж службу варта паведамляць аб усіх зменах у адрасе праекта, калі такія адбываюцца.

49. Калі для інтэрнэт-выстаўкі быў створаны асобны сайт, то яго неабходна зарэгістраваць і ў найбольш вядомых пошукавых сістэмах: Яндекс, Google, DuckDuckGo, Bing і інш.

50. Рэкамендуецца зарэгістраваць сайт у інтэрнэт-каталогах, якія прадстаўляюць сабой сайты са структураваным пералікам спасылак на рэсурсы Інтэрнэту з іх кароткім апісаннем.

51. Некаторыя пошукавыя сістэмы (напрыклад, Яндекс, Google і інш.) і статыстычныя рэсурсы (Openstat, LiveInternet і інш.) даюць сваім зарэгістраваным карыстальнікам бясплатныя лічыльнікі наведванняў для сайта, а таксама ажыццяўляюць на іх аснове збор разнастайнай статыстычнай інфармацыі.

52. Рэкамендуецца пашыраць інфармацыю пра новы праект праз папулярныя сацыяльныя сеткі (напрыклад, «Вконтакте», Facebook, Twitter, Instagram і інш.).

53. Мэтазгодна абмяняцца спасылкамі і банерамі створанага праекта з роднаснымі сайтамі, якія з’яўляюцца блізкімі па тэматыцы і маюць значную колькасць наведвальникаў.

54. Можна выкарстоўваць спосабы прасоўвання віртуальнага праекта ў інтэрнэце на платнай аснове.