

## Опыт по созданию и организации работы церковного интернет–представительства

Данный материал является изложением опыта создания и развития сайта «Бaptисты Петербурга» <http://baptist.spb.ru> — интернет–представительства Объединения церквей евангельских христиан–бaptистов Санкт–Петербурга и Ленинградской области. Он адресован тем, кто хочет или кому поручили организовать интернет–служение в поместной церкви.

Немного о нашем сайте. С момента открытия сайта до времени написания этой статьи прошло 20 месяцев. За это время на сайте побывало около 10 тысяч посетителей, которые просмотрели страницы в общей сложности около 55 тысяч раз. Индекс цитирования по версии поисковой системы Яндекс — 160. Десятки посетителей обращались с вопросами в рубрику «Вопрос пастору». Кроме того, на сайте регулярно обновляется лента новостей, отражающая жизнь церквей Объединения, новости рассылаются нескольким десяткам подписчиков. В мае 2006 года наш сайт стал победителем первого конкурса христианских сайтов ассоциации «Новомедиа» в номинации “Сайт церкви”. Финалисты и победители конкурса в 9 номинациях были объявлены во время ежегодной конференции «Христианство он-лайн», проходившей в Киеве 12–13 мая 2006 года.

Мы будем очень рады, если данный материал будет полезен в деле распространения Евангелия в Сети Интернет. Ваши замечания, вопросы, предложения присылайте по адресу: [support@baptist.spb.ru](mailto:support@baptist.spb.ru) .

Редакция сайта «Бaptисты Петербурга»  
сентябрь 2006г.

## Понимание руководства

Для начала стоит получить ответ на вопрос: кто инициатор создания Интернет–представительства вашей церкви? Если инициатива принадлежит вам — рядовому члену церкви, зажегшемуся идеей «прорубить окошко» из вашей церкви во «всемирную Сеть», тогда, прежде всего, вы должны заручиться пониманием и поддержкой руководства церкви. Идеально, если инициатива создания сайта исходит сверху. Если нет — тогда ваша задача посвятить руководство церкви в то, что вы хотите сделать. Возможно, у старшего пресвитера пока нет понимания, что такое сайт, интернет–представительство, зачем оно нужно. Ваша задача доступно разъяснить, рассказать и показать на конкретных примерах все преимущества и необходимость данного проекта. Интернет–представительство церкви — служение церковное, а не инициатива одного–двух человек. Совместно с руководством разработайте миссию, цели и задачи сайта.

## Цели

Очень важно определиться с целями создания сайта.

Постарайтесь ответить на вопросы:

- «Зачем моей церкви интернет–представительство?»
- «Какие задачи должен решать церковный сайт?»
- «На какую аудиторию стоит рассчитывать?»
- «Какие возможные интересы у будущих посетителей?»

Запишите ответы на бумаге. Они должны лечь в основу стратегии, которой вы будете придерживаться при разработке содержимого сайта, при сборе и определении способа подачи материала. Согласуйте эти цели с руководством церкви. Внимательно выслушайте пожелания и подумайте, как их можно реализовать. Попробуйте узнать у членов церкви и друзей, каким они видят церковный сайт. Выслушайте и запишите пожелания. Обсудите их в команде.

## Команда

Если в вашей церкви есть координатор информационного служения, тогда вам повезло! Теснее работайте с ним! Если нет — вам придется начинать «с нуля». Соберите тех, кто может вам помочь. Разъясняйте, убеждайте, что проект, который вы предлагаете, необходим для успешной проповеди Евангелия.

В идеале структура команды выглядит так:

1. Главный редактор — пастор (к примеру)
2. Редактор (или ответственный редактор)
3. Помощник(и) редактора
4. Редактор(ы) рубрик(и)
5. Корректор(ы)
6. Пресс-секретарь
7. Корреспонденты и авторы (штатные и внештатные)
8. Художник(и) и дизайнер(ы)
9. Верстальщик(и) и программист(ы)
10. Администратор(ы) и технический персонал, поддерживающий работу христианского сайта — служба поддержки.

Конечно, при нехватке человеческих ресурсов несколько ролей может исполнять один человек. Теперь подробнее о ключевых ролях.

Редактор (ответственный редактор) — христианин, призванный для этого труда, получивший адекватное богословское образование. Приветствуется наличие специального образования и опыта работы в СМИ. Важно, чтобы он имел авторитет и хорошую репутацию.

Обязанности и полномочия:

1. Формирование редакции сайта и проведение её регулярных заседаний.
2. Редактирование материалов, предназначенных для сайта.
3. Поиск и привлечение авторов и корреспондентов.
4. Разработка стратегии по развитию сайта с целью достижения Евангельской Вестию различных категорий пользователей сети Интернет.
5. Контроль содержания и художественного уровня материалов, подготовленных штатными и внештатными авторами и корреспондентами.

6. Помощь начинающим авторам и корреспондентам: выбор тем, совместное составление индивидуального плана работы, подбор соответствующей литературы.
7. Подготовка PR материалов, пресс-релизов для СМИ (если в штате нет пресс-секретаря).
8. Написание и редактирование текстов и материалов, подготавливаемых в редакции сайта: статьи, рекламные объявления в прессе и т.д.
9. Представительские мероприятия, способствующие расширению связей редакции с христианскими и светскими организациями.
10. Установление связей с христианской творческой интеллигенцией для привлечения к работе над совместными проектами.
11. Творческие командировки, профессиональные семинары и стажировки, участие в конференциях, способствующие повышению квалификации и улучшению работы редакции и сайта. Подготовка и проведение конференций и семинаров для авторов и работников редакции.
12. Контроль над своевременной подготовкой авторских текстов и материалов.

Редактор отвечает за материалы и содержание сайта.

Корреспондент собирает материал для сайта в соответствии с разработанным планом развития сайта. Он должен контактировать с членами церкви, которые могут написать или рассказать о той или иной области жизни церкви. Этими людьми могут быть руководители или координаторы служений вашей церкви, члены церкви, которые могут поделиться информацией об истории церкви и т.д. Если сами они не могут написать статью о своем служении — составьте вопросник и получите устные ответы на эти вопросы, затем по вопросам напишите статью. Корреспондент также отвечает за новостную информацию. Он может время от времени привлекать к работе над сбором материала и новостями различных людей в церкви — корреспондентов. Весь собранный материал корреспондент направляет ответственному редактору сайта. Занятость: 4–6 часов в неделю.

Корректор — без его правки и корректуры ни один материал не публикуется на сайте. Если редактор отвечает за содержание, то корректор за

орфографическую, речевую и пр. правильность материала. В идеале корректор должен также просматривать уже сверстаный материал, ведь и там могут быть помарки (например, первая буква инициалов на одной строке, а вторая на другой). Занятость корректора: 1–2 часа в неделю. Эту работу можно успешно осуществлять дистанционно, пересылая материалы по Интернет.

Роли тех, кто занимается технической стороной вопроса описывать, наверное, не стоит. Отметим лишь, что координатор должен быть в курсе всех вопросов, в том числе технических. Дизайнером, верстальщиком, программистом и администратором часто является один и тот же человек. Занятость этих ролей (кроме администратора) практически сходит «на нет» после выпуска сайта и до первого редизайна, конечно. Частично версткой будет заниматься служба поддержки сайта.

Очень важна роль службы поддержки сайта. Этим может заниматься один человек. Он должен обладать аккуратностью и обязательностью. В его обязанности входит обеспечение надежной обратной связи посетителей сайта с церковью, своевременное обновление информации на сайте, ведение новостной ленты, ежедневный просмотр входящей с сайта корреспонденции, отслеживание того, все ли посетители получили ответы на свои вопросы. Занятость: 2–3 часа в неделю.

Таким образом, материал проходит следующие стадии:

- 1) ответственный редактор в соответствии с планом развития сайта дает поручение корреспонденту собрать материал по определенной теме;
- 2) сбор материала корреспондентом и написание статьи;
- 3) передача корреспондентом материала ответственному редактору;
- 4) проверка и первичная редакция ответственным редактором материала, коррекция стиля изложения и подачи материала, при необходимости возврат в п.2;
- 5) возможно, передача материала от ответственного редактора главному редактору;
- 6) редакция материала, при необходимости возврат в п.4;
- 7) передача материала корректору;

- 8) вычитка материала корректором;
- 9) передача материала в службу поддержки для обновления сайта;
- 10) просмотр корректором сверстанных страниц, формулировка недочетов;
- 11) устранение замечаний по верстке службой поддержки.

П. 10 и 11 достаточно выполнять один раз за несколько обновлений сайта. Для некоторых страниц сайта и новостной информации п. 5 и 6 можно опустить. Лучше, если этапы передачи материалов — п. 3, 5, 7, 9 — будут выполняться службой поддержки, поскольку в таком случае все задействованные люди общаются с одним человеком, который в курсе всего происходящего.

## Содержание

О чем должен быть ваш сайт? О вашей поместной церкви. Часто можно встретить сайты, на которых большая часть материала посвящена чему угодно, только не поместной церкви. Содержание должно отвечать на вопросы, которые вы сформулировали с руководством церкви, должно реализовывать цели и задачи, которые вы поставили перед сайтом. Лучше иметь меньше качественного материала по теме, чем много, но «не о том». Не стоит гнаться за количеством страниц, оно придет со временем реализации вашего плана. Обратите внимание на качество представляемой информации:

- достоверность (проверенные данные, указывать ссылки на литературу);
- уникальность (материал не должен быть с какого-то другого сайта);
- легкость восприятия (выделено основное, второстепенное вынесено на другую страницу для более подробного изучения вопроса);
- фотоматериалы по теме;
- подчиненность единому стилю изложения, выбранного для вашего сайта.

Помните, что на ваш сайт могут ссылаться как на официальное мнение вашей церкви по тому или иному вопросу. И не всегда ссылающиеся будут иметь добрые намерения. Потому весь материал должен проходить тщательную рецензию главного редактора. Поэтому не спешите публиковать все проповеди

ваших проповедников, стихи, рассказы и пр. Такой материал требует пристального внимания и большой нагрузки на редактора.

Содержание должно отвечать интересам ваших посетителей. Анализируя вопросы и отзывы, поступающие по обратной связи, можно сделать вывод, кто представляет аудиторию вашего сайта. Делайте соответствующие выводы. Чтобы изменять других – меняйтесь сами!

## **Цитирование**

Если о вашей церкви есть упоминания или статьи в местной прессе — опубликуйте их на сайте со ссылкой на издание. Если у вашего пастора брали интервью телевидение — опубликуйте и его. Формируйте положительное мнение о вашей церкви, развеивайте мифы, если они есть. Будьте сдержаны и правдивы в содержании.

Структурируйте информацию, но не переусердствуйте. Любая страница вашего сайта должна быть доступна в 2–3 клика мышью. Если содержание сайта в разных разделах пересекается — обязательно делайте перекрестные ссылки.

Старайтесь в материале сайта не использовать субкультурную лексику, сложные, специфические термины и выражения. Попросите человека «со стороны» просмотреть сайт и сформулировать то, что ему показалось непонятным, странным, может даже пугающим. Можете завести словарь терминов, встречающихся на сайте.

Цитируя чужой материал, не нарушайте авторских прав!

## **Дизайн**

Если вы не профессиональный дизайнер и перед вами стоит задача создания сайта вашей церкви, то в процессе разработки вам необходимо следовать основным принципам дизайна, чтобы не допустить характерных ошибок, которые могут отрицательно повлиять на восприятие пользователя, попавшего на вашу страничку. И конечно, если вы взялись создавать «внешность»

вашего сайта, хорошо, если бы вы имели художественный вкус или хотя бы были человеком творческим, знающим меру в украшении.

Знать меру в декоре — это, пожалуй, один из первых и главных принципов дизайна. В хорошем дизайне нет ничего лишнего. Это значит, что, глядя на созданную композицию, не возникает желания что-нибудь убрать или добавить.

Следовательно, правило №1: *Не злоупотребляйте неограниченными возможностями программ, в которых вы работаете. Все элементы дизайна должны быть функциональными и иметь свое место.*

До того как сесть за компьютер, набросайте на бумаге примерный эскиз вашего будущего сайта, его модульную сетку (единый принцип зонирования, который определяет местоположение информационного блока, кнопок, заголовка). Продумайте, какие элементы композиции главные, а какие второстепенные, что будет располагаться на всех страницах (например, заголовок, новостная лента и т. д.), а что вы будете моделировать, в зависимости от идеи и стоящей перед вами задачи (например, цвет фона, размер шрифта и т.д.). Кроме того, разбираясь с поставленной перед вами задачей, постарайтесь построить в своем воображении образ, характерный для данной тематики. И только после того как в вашей голове создастся полная картина конечного результата, принимайтесь за воплощение идеи с помощью различных средств.

Хочется отметить самое активное из них — цвет. Цвет — сильное средство, влияющее на восприятие человека, поэтому, продумывая дизайн церковного сайта, не используйте агрессивные, вызывающие цвета. Для создания единства композиции, применяйте различные оттенки выбранного вами цвета. Если вы решили использовать несколько цветов, думайте об их сочетаемости (по теории цвета существует много статей и книг). И если для создания вашего образа вы выбрали яркий цвет, то лучше подобрать насыщенный оттенок данного цвета, т.к. в системе RGB основные цвета слишком активны (например: вместо чистого синего 0, 0, 255 (RGB) взять его оттенок 35, 35, 255 (RGB)).

Правило № 2: *Пользуясь средствами композиции, помните об их особенностях, о том, какое влияние они имеют на человеческое восприятие.*

Создавая «лицо» вашего сайта, вспомните, по каким правилам можно назвать человеческое лицо красивым, т.к. по тем же законам пользователь судит о красоте и гармонии вашей странички. Все элементы композиции должны занимать свое, логически обоснованное место, кроме того, они должны иметь



гармоничные внутренние связи. И не зависимо от того, какая композиция задумана — симметричная или асимметричная, — она должна быть уравновешенной. Гармония и уравновешенность — вот те эпитеты, которые должны характеризовать вашу композицию.

*Правило № 3: Стремитесь к гармоничному соподчинению элементов дизайна. Не экономьте времени на нюансировку.*

Когда вы формируете образ вашего сайта, учитывайте культурную среду, в которой вы живете, а также психологию людей, окружающих вас. Это важно, если вы используете в вашем дизайне какую-либо символику, образы, силуэты или элементы декора, которые могут вызвать те или иные ассоциации у потенциальных пользователей. Здесь важно отметить, что дизайнер, оперируя всеми доступными ему элементами дизайна, должен помнить о стилевом единстве. Нельзя соединять в единой композиции образы, относящиеся к разным стилям — это вызовет негативный ассоциативный ряд у пользователя.

*Правило № 4: В своей работе не смешивайте стили и не используйте образы, которые могут вызвать противоречия в сознании пользователя.*

Текст, который вы размещаете на страницах сайта, должен быть, прежде всего, удобочитаемым. Пользователь не обязан напрягать зрение, чтобы получить интересующую его информацию. Поэтому продумывайте начертание, размер и отношение цвета (тона) шрифта к цвету (тону) фона, на котором он располагается.

Шрифт, к тому же, является еще одним выразительным средством для вашей композиции. С помощью шрифта мы можем дополнительно усилить тот образ, который создаем, если воспользуемся подходящим нестандартным шрифтом. Такие шрифты, как правило, связаны с определенной эпохой, культурой, событием или деятельностью человека. Поэтому, выбирая декоративный шрифт, думайте об истории его создания. Кроме того, композиция может быть построена только на шрифтах, и в то же время полностью передать тот образ, который был вами задуман.

*Правило № 5: Шрифт должен быть удобочитаемым и адекватно отвечать содержанию.*

При работе с блоками текста, учитывайте особенности зрения человека и способность усвоения информации. Для удобства пользователя используйте принцип порционной подачи информации. Для этого разбейте большие текстовые

блоки с помощью интервалов, колонок, акцентов в виде заголовков, подзаголовков, графических символов. Никогда не располагайте текст «от края до края»! Всегда делайте отступы и поля. И старайтесь не формировать слишком длинные страницы, пробуйте помещать вашу информацию на отдельные страницы.

Правило №6: *Обеспечьте пользователю легкость и удобство считывания текстовой информации.*

Расставляя акценты в вашем дизайне, не заставляйте пользователя метаться глазами от одного угла к другому, для этого продумайте сценарий просмотра вашей страницы. Акцентирование внимания достигается при помощи контраста цвета, масштаба, формы, расположения на экране. А если вы используете анимацию, то помните, что динамические объекты активно привлекают внимание и могут служить раздражающим фактором.

Правило №7: *Перед тем, как расставить акценты, продумайте сценарий перемещения внимания пользователя по странице.*

## **Корректурa**

Это одна из важных составляющих публикации любого текста на любом носителе: от бумажного до электронного. Ведь от качества текста (от его правильности) зависит и степень его восприятия. Если текст не вычитан корректором или вычитан плохо, в памяти воспринимающей стороны останутся ошибки, которые он заметил, а не информация, которую нес текст. Таким образом, нарушится основная функция любого текста — коммуникативная, функция общения, передачи информации. Кроме того, если говорить о логических ошибках, об ошибках при подборе слов и их сочетании, то они мешают самому процессу чтения, ведь приходится несколько раз возвращаться к одной и той же фразе, чтобы понять ее смысл. Поскольку со страниц церковных сайтов мы несем людям Благою Весть, ошибки не допустимы.

Виды ошибок и способы борьбы с ними:

1. Орфографические — ошибки в написании слов. Если вы не уверены в том, как пишется данное слово, всегда можно обратиться к орфографическому

словарю или справочнику, содержащему правила написания, и найти необходимую информацию.

2. Грамматические — ошибки при изменении слов, например, глагол первого спряжения *писать* в форме 3 лица единственного числа написан с окончанием глагола второго спряжения, т. е. *пишит* вместо *пишет*. Для исправления такого типа ошибок требуется знание правил русского (в нашем случае) языка.

3. Пунктуационные — ошибки в знаках препинания. Существует большое количество пунктуационных правил, также как и грамматических и орфографических, которые надо знать, чтобы исправлять ошибки. Бывают и спорные случаи, в которых можно ставить знак препинания, а можно и не ставить (в основном это касается тире), этот вопрос решается с опорой на смысл: если надо подчеркнуть данную информацию, обратить на нее внимание, то знак препинания ставится.

4. Ошибки употребления и сочетаемости слов, когда значение употребленного слова не соответствует смыслу фразы или слова не могут употребляться в данном сочетании (например, «Со мной случилась *нелицеприятная* история», вместо «Со мной случилась *неприятная* история». Нелицеприятный — не принимающий во внимание лицо. Нелицеприятным может быть решение, критика, суждение, вывод, но история — никогда.) Для исправления такого рода ошибок надо обладать чувством языка и иметь под рукой толковый словарь, который разъяснит значение слова и подскажет, с чем оно сочетается.

5. Стилистические ошибки, когда используются слова и выражения другого стиля. Скорее всего, язык текстов сайта будет официально-деловым, поэтому не допускается использование разговорных, а тем более просторечных и жаргонных выражений; нежелательно наличие штампов (например, «... красной нитью прошла через всю встречу тема...», намного лучше воспринимается фраза: «Основной темой, обсуждаемой на встрече, была...»); также нежелательно обилие высокосторжественных слов и выражений, чтобы избежать комического эффекта, их лучше менять на слова с нейтральной окраской.

6. Еще бывают логические ошибки, которые, по сути, не относятся к чисто лингвистическим (языковым), но часто встречаются в авторских текстах. Корректор должен следить за логикой развития текста, чтобы ему самому было

все понятно с первого раза. Если вы прочитали текст и вам, чтобы его понять, нужно перечитать предложение, абзац или весь текст, тогда определенно нужно что-то делать. Иногда нужно просто поменять местами несколько слов, иногда перестроить фразу, а иногда и исправить структуру целого абзаца.

Если вы начинаете корректировать любые тексты, в том числе и для сайта церкви, то желательно иметь при себе словари и справочники, даже корректорам и редакторам с многолетним опытом часто приходится к ним обращаться. Ведь все знать невозможно!

Производя корректуру, не бросайтесь сразу исправлять замеченные ошибки. Сначала прочитайте весь текст до конца, чтобы понять его логику и последовательность подачи информации. Затем начинайте вдумчиво читать фразу за фразой, находя и исправляя ошибки. Для начинающих корректоров может быть полезным просматривать каждое предложение несколько раз: сначала проверить пунктуацию, затем орфографию, стиль, сочетаемость слов и так далее. Если вы чувствуете, что в предложении что-то не так, или не понимаете, что хотел сказать автор, тогда лучше переделать фразу. Иногда приходится из трех–четырех предложений составлять одно, а иногда перестраивать несколько абзацев. Помните: корректура — это творчество. Но здесь важно не перестараться, чтобы текст остался авторским, а не стал вашим.

## **Обратная связь**

Обязательно для посетителей должна быть обратная связь. Очень часто электронная почта, указанная на сайтах безответна. Ничто, наверное, не портит впечатления от знакомства с церковью через Интернет, как игнорирование писем, вопросов.

Очень полезна рубрика «Вопрос пастору». Любой человек, не выходя из дома, может анонимно задать любой интересующий его вопрос лично руководителю поместной церкви. Практика показывает, что таких желающих отнюдь не мало. Если у пастора вашей церкви нет компьютера — распечатывайте ему вопросы, а ответы может вам отправлять церковный секретарь.

Не указывайте на сайте в качестве контактного адреса электронной почты действительный ящик церкви — зачем лишние спам–сообщения читать

церковному секретарю. Пусть все письма, приходящие с электронного адреса или нескольких адресов, указанных на сайте, получает один человек, занимающийся поддержкой сайта. Далее, эти письма он рассылает от своего имени в места назначения. Какие–то письма он направляет секретарю, другие — пастору, на третьи — отвечает сам. Но все ответы, в том числе от пастора и секретаря, он должен отсылать собственноручно тому, кто написал вопрос. Почему этим должен заниматься один человек? Чтобы не упустить из виду ни одно письмо. Если у вас нет системы управления сайтом, где отображены вопросы без ответа, отмечайте письма, требующие ответа, при помощи почтового клиента (в зависимости от почтовой программы: цветом или какой–либо иконкой).

Таким образом, служба поддержки — коммуникационная точка между посетителями сайта и церковью как предметом интереса посетителей. Если на вопрос посетителя долго нет ответа от пастора — это ваша ответственность напомнить ему об этом.

## **Форум... Форум?**

Хорошо подумайте, нужен ли вам форум. Какие цели вы преследуете, желая создать форум на вашем сайте? Кто будет общаться на вашем форуме? Кто будет ежедневно моделировать ваш форум? Сейчас развернуть форум на сайте очень не сложно, но как бы только он не стал местом, куда заходят только спам–агенты для того, чтобы оставить там свою рекламу или ссылку на свой сайт. Сейчас в Интернете масса сайтов, где постоянно общаются христиане разных конфессий, стоит ли создавать место общения отдельно именно для посетителей сайта вашей церкви? Итак, лучше никакого форума, чем пустой и заброшенный форум, на который заходит один только администратор и спам–роботы.

## **Регулярность обновления**

Важна не столько частота обновления и пополнения сайта информацией сколько регулярность. Не забудьте уделить место на первой или на каждой странице сайта для информации о новом материале. Это нужно для посетителей,

приходящих на сайт уже не первый раз. Наличие свежей информации на сайте формирует положительное мнение посетителя о ресурсе в целом.

## **План**

Соберитесь командой и напишите план развития вашего сайта. В такой дискуссии обязательно, хотя бы заочно, должен поучаствовать пастор вашей церкви (если он не является главным редактором). Расставьте сроки реализации каждого пункта. План должен быть реальным. Не концентрируйтесь на ваших личных соображениях и вашем собственном видении. Поспрашивайте у ваших друзей в церкви и вне, что бы им хотелось видеть на сайте церкви, чего там не хватает, а что, может быть, лишнее. Обсудите эти пожелания в команде.

## **Реклама**

Добавьте ссылку на ваш сайт на соответствующих страничках русскоязычных поисковых систем. Зарегистрируйте сайт в каталогах христианских и светских ресурсов, на сайтах дружественных церквей.

Рекламируйте ваш сайт не только в Сети. После выхода вашего сайта в «электронный свет» повесьте объявление об этом при входе в вашу церковь. Не забывайте указывать его адрес в различной полиграфической продукции, выпускаемой вашей церковью.

## **Материалы по теме**

Полезные советы по развитию интернет–служения вы найдете на сайте «Internet Evangelism Day» [ied.gospelcom.net](http://ied.gospelcom.net) . Имеется русскоязычный перевод некоторых статей: «60 подсказок для эффективной работы церковного сайта» © Jul 2005 Internet Evangelism Day [www.InternetEvangelismDay.com](http://www.InternetEvangelismDay.com) перевод Евгении Волос, опубликованный на сайте Ассоциации христианских теле-радио журналистов (Россия-СНГ) [www.acbrussia.ru](http://www.acbrussia.ru) .