

АНАЛИЗ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РОССИЙСКИХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ

Е. Н. Малышева,

*кандидат физико-математических наук, доцент,
доцент кафедры технологии автоматизированной
обработки информации Кемеровского государственного
института культуры, Россия*

В условиях цифровой экономики музеи активно используют информационные технологии, внедряют инновационные методы и виды деятельности. Технологии виртуальной реальности, 3D-моделирование, мультимедийные и web-технологии расширяют границы музейного пространства. Создание институтами памяти своих виртуальных представительств и их интеграция в единое культурное информационное пространство становится важной стороной их многофункциональной деятельности.

Сайт является неотъемлемым атрибутом работы любого учреждения культуры. Музеи как институты культуры используют различные технологии в развитии своих сайтов, создают различные web-проекты: виртуальные экскурсии, электронные путеводители по памятникам культуры, виртуальные выставки. Среди актуальных направлений деятельности учреждений культуры – их продвижение в социальных сетях, создание сетевых музейных ассоциаций.

Приоритетной задачей музея как социального института является предоставление информации о культурном наследии наиболее широкому кругу пользователей. Адаптируясь в условиях цифровой трансформации, музеи ведут активную работу по привлечению новых пользователей, внедряя новые каналы коммуникации и используя интерактивные формы взаимодействия с пользователями (форумы, чаты, справочные службы).

Однако для того чтобы сайт был полноценно интегрирован в информационное культурное пространство, необходим не только уникальный контент, отражающий все направления деятельности учреждения, широкий спектр предоставляемых услуг, но и оптимизация ресурса под механизмы поисковых систем.

В настоящее время исследователи отмечают актуальность данного направления в работе учреждений культуры. Инструменты web-аналитики позволяют дать количественную оценку их деятельности в виртуальной среде.

Проведен анализ репрезентации деятельности российских федеральных музеев в виртуальной среде. Объектом исследования послужили их сайты и социальные площадки, использовались сервисы seo-анализа pr-cy.ru, be1.ru. Один из показателей качества информационного ресурса – индекс качества сайта (ИКС). ИКС – интегрированный показатель, дающий общую оценку сайта по ряду показателей, таких как уникальность контента, посещаемость, поведенческие факторы (время, проведенное на сайте, количество откликов из социальных сетей), адаптивность ресурса под мобильные устройства и т. д. Показатель ежемесячно обновляется, его также можно получить, используя сервис Яндекс.Вебмастер (<https://webmaster.yandex.ru/>).

Результаты исследований показали, что у большинства федеральных музеев (72,7 %, 48 сайтов) ИКС в пределах от 100 до 500, у четырех сайтов (6,1 %) – от 500 до 1000, значение свыше 1000 имеют лишь шесть сайтов музеев федерального значения (9,1 %). Сайты с ИКС, не достигающим 100, составляют 12,1 % (8 сайтов) от общего числа, что свидетельствует о проблемах, связанных с поисковой оптимизацией данных информационных ресурсов.

На рис. 1 представлены результаты десяти сайтов федеральных музеев с наибольшим значением ИКС в августе 2020 г.

Одним из важных индикаторов интегрированности учреждения в интернет, востребованности информационного ресурса пользователями является статистика посещаемости. Нами проанализирована посещаемость сайтов за год десяти наиболее известных федеральных музеев (рис. 2).

Как видно из рис. 1 и 2, наблюдается корреляция между показателем качества сайтов и количеством посетителей анализируемых информационных ресурсов. Лидерами по количеству посещений являются сайты Государственного Эрмитажа (9,76 млн пользователей), Государственного музея-заповедника «Петергоф» (4,67 млн), а также информационной ресурс Третьяковской галереи (4,34 млн). В десятку наиболее посеща-

емых сайтов музеев федерального значения вошел сайт музея-заповедника «Кижи», имеющий показатель качества, равный 490.

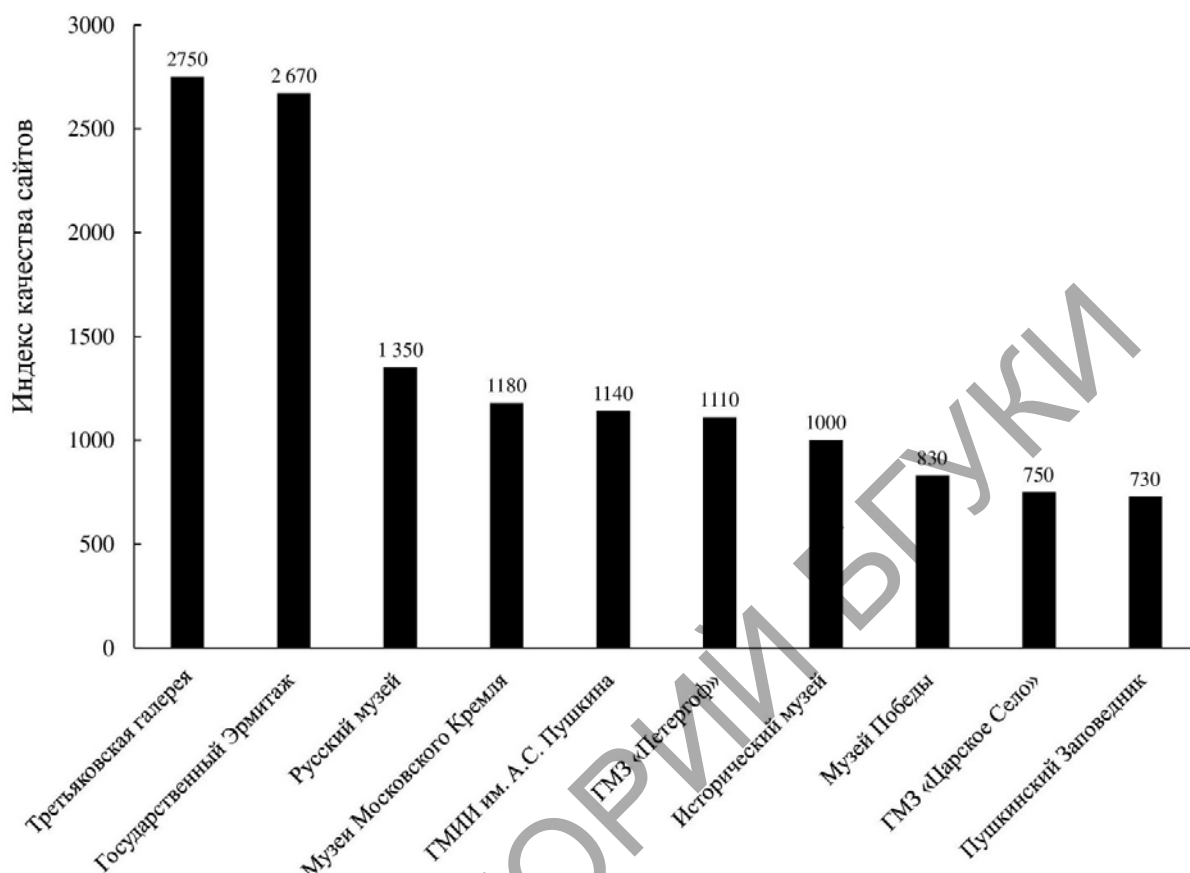


Рис. 1. Индекс качества сайтов федеральных музеев

Принцип открытости музея, расширение доступа к объектам культурного наследия невозможно реализовать в полной мере при неадаптированности информационного ресурса под мобильные устройства. Так, согласно отчету о состоянии цифровой сферы в 2020 году, представленным We Are Social и Hootsuite [1], около 53 % запросов в интернете осуществляются именно с мобильных устройств.

Проведенные исследования показали, что лишь 56 % сайтов федеральных музеев оптимизированы для мобильных устройств.

Согласно статистическим данным [1], аудитория социальных сетей в мире выросла на 9 % по сравнению с предыдущим годом, 48 % населения России являются пользователями различных социальных площадок.

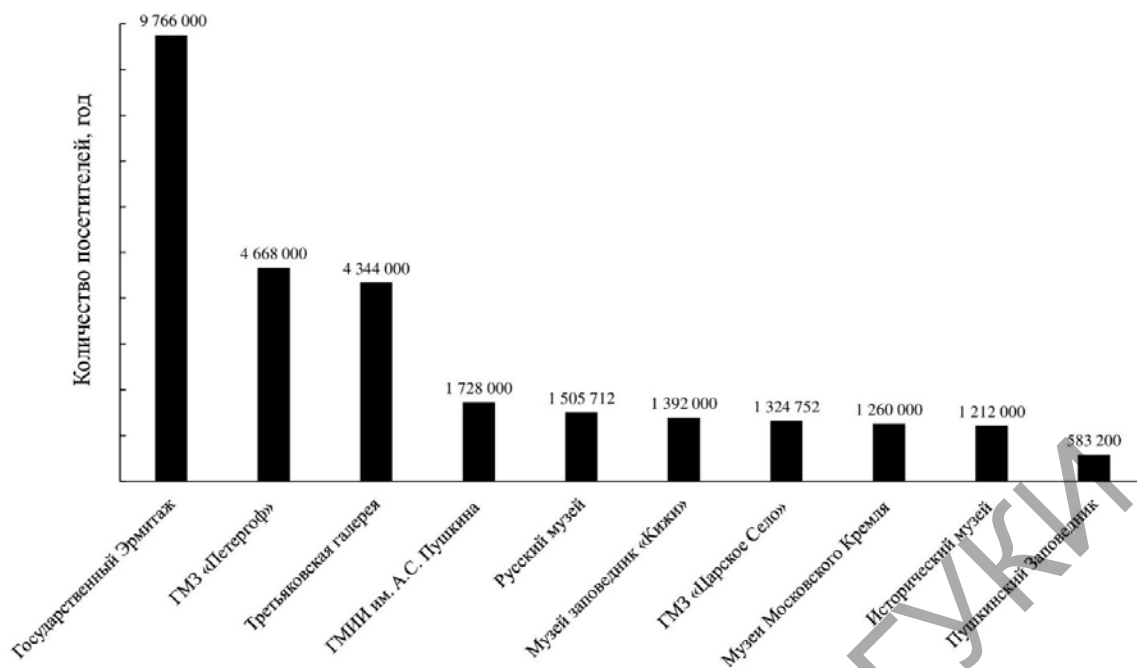


Рис. 2. Количество посетителей на сайтах федеральных музеев

Музеи активно используют данный канал коммуникации для освещения и популяризации своей деятельности, привлечения пользователей, обмена опытом.

В работе изучена представленность федеральных музейных учреждений в социальных сетях. Большинство федеральных музеев ведет активную работу с пользователями на разных социальных площадках. Рейтинг популярности социальных площадок среди федеральных музеев выглядит следующим образом: ВКонтакте (в данной социальной сети имеют свои сообщества 90,9 % федеральных музеев), Facebook (84,8 %), Instagram (83,3 %), YouTube (65,2 %), Twitter (63,6 %), Одноклассники (39,4 %).

По количеству подписчиков социальные платформы расположились следующим образом: Instagram (627), ВКонтакте (485), Facebook (478), Twitter (371), YouTube (305) и Одноклассники (190).

На рис. 3 представлен рейтинг федеральных музеев по количеству подписчиков в социальной сети ВКонтакте.



Рис. 3. Количество подписчиков в социальной сети ВКонтакте федеральных музеев

Таким образом, в результате проведенного мониторинга виртуального пространства федеральных музеев можно сделать следующие выводы:

1) наиболее качественными сайтами с точки зрения механизмов работы поисковых систем обладают следующие музеи федерального значения: Третьяковская галерея, Государственный Эрмитаж, Русский музей, Музеи Московского Кремля, ГМИИ им. А. С. Пушкина, ГМЗ «Петергоф», имеющие показатели ИКС выше 1000;

2) оптимизированными для мобильных устройств являются лишь 56 % сайтов федеральных музеев, что существенно уменьшает их возможности по привлечению новых пользователей, преодолению неравенства в доступности культурно-исторического наследия, вызванного географическими особенностями;

3) в социальных сетях представлены более 90 % федеральных музеев, наиболее популярными социальными платформами для них являются ВКонтакте, Facebook, Instagram, YouTube и Twitter.

Эффективное отражение в интернете деятельности таких учреждений культуры, как музеи, возможно при их активной интеграции в виртуальное пространство посредством создания сайтов, удовлетворяющих требованиям не только предоставляемого контента, но и механизмам работы поисковых систем. Также одним из векторов развития данных учреждений в вир-

туальном пространстве могут служить социальные платформы как перспективные каналы коммуникации с пользователями.

1. Вся статистика интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-scanape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>. – Дата доступа: 18.09.2020.

ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ В РЕФОРМИРУЕМОМ ОБЩЕСТВЕ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА»

Я. Л. Мархоцкий,

*кандидат медицинских наук, профессор,
профессор кафедры физического воспитания и спорта
Белорусского государственного университета культуры и искусств;*

П. А. Абрамович,

*заведующий кафедрой физического воспитания и спорта
Белорусского государственного университета культуры и искусств*

В связи с историческими преобразованиями после распада СССР в конце XX в. в жизни Республики Беларусь произошли координационные изменения.

Во-первых, эти изменения имели место в политике, экономике, культуре, межнациональных отношениях, религии и других сферах жизнедеятельности.

Во-вторых, значительный вред принесли низкопробные телепередачи, кинофильмы, бульварные романы, в которых пренебрегались гуманистические идеалы и нарушались христианские заповеди.

В-третьих, разные мистические секты западного учения, связанные с падением морали и духовности, через так называемую свободную прессу привели к тем или иным противоречиям в обществе.

Кроме того, были и остаются: