

И.В. Пролеткин,

начальник отдела геоинформационных систем Поволжского регионального центра новых информационных технологий Саратовского государственного университета

Л.Л. Калинина,

зам. генерального директора по связям с общественностью и информационным технологиям Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева

М.Е. Шпак,

зав. отделом по развитию Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева

Интернет-мониторинг

Анализ глобальной сети как один из приоритетов музейной деятельности

Сегодня музеи все активнее входят в интернет-пространство – создают свои сайты и интернет-представительства. Также активно происходит и перестройка их деятельности. Музеи начинают осваивать маркетинговые технологии – изучают своего посетителя, его предпочтения и интересы, пытаются понять последствия организации тех или иных выставок, акций, фестивалей. При этом все больше внимания они обращают на свой образ как в реальном, так и информационном пространстве, и прилагают усилия к тому, чтобы он становился все более привлекательным.

В данной статье авторами сделана попытка проиллюстрировать на опыте Саратовского государственного художественного музея им. А.Н. Радищева (далее – Радищевский музей), как с помощью web-технологий организовать мониторинг своей деятельности по позиционированию и представительству во Всемирной паутине.

Цели и задачи интернет-мониторинга

Правительством РФ в 2001 г. было принято постановление от 05.07.01 № 504 "Об общероссийском мониторинге состояния и использования памятников истории и культуры, предметов Музейного фонда Российской Федерации, документов библиотечных фондов, Архивного фонда Российской Федерации, а также кинофонда". Следовательно,

Результаты мониторинга используются при подготовке всех мероприятий Радищевского музея.

мониторинг, как система определенных действий, направленных на получение различных количественных и качественных показателей, являясь составной частью разнообразной деятельности, должен значительно шире применяться и в музеях.

Радищевский музей начал процесс освоения интернет-пространства шесть лет назад. За это время пройден путь от выпуска электронного информационного бюллетеня до создания крупного музейного портала, на котором сегодня более 3 тыс. страниц и 7 тыс. фотографий. В портал, помимо основного сайта "Новости Радищевского музея", входят несколько тематических сайтов и электронных каталогов на русском и английском языках. На портале практически каждый день появляется разнообразная информация как отражающая основные события, происходящие в жизни музея и пяти его филиалов, так и посвященная истории музея, художникам саратовской школы живописи, памятным датам культуры и т. д.

В структуру портала встроена специальная навигационная система, охватывающая информацию и ссылки на сайты более 1200 музеев из 25 стран мира. Авторами и корреспондентами всего этого огромного массива являются десятки сотрудников различных подразделений Радищевского музея. Новостной портал стал для них своеобразной площадкой для отражения своей творческой деятельности и доведения ее до российского и мирового сообщества.

Благодаря активной методичной работе с порталом Радищевский музей добился огромной популярности в интернет-пространстве. Количество посетителей портала за период с 2003 по 2007 гг. насчитывает более 300 тыс. чел. Не последнюю роль сыграло то, что практически с самого начала создания и освоения ресурса в интернете не только отражалась деятельность музея, но и выстраивалась система ее мониторинга.

Специалисты Радищевского музея выделяют два основных момента в проводимом интернет-мониторинге. Во-первых, он базируется на применении только интернет-технологий, во-вторых, состоит из целой системы действий и включает несколько этапов работы, таких как:

- отслеживание различных показателей;
- их анализ, оценку;
- построение прогнозов;
- подготовку на основе полученной информации отчетов, с помощью которых вырабатываются различные сценарии принятия решений.

Результаты мониторинга используются при подготовке всех мероприятий Радищевского музея. Вот почему создание и использование собственного интернет-представительства является не только обязательным инструментом презентации и продвижения образа музея в информационном пространстве, но и необходимым фактором получения разнообразной ответной информации. Последняя может включать в себя сведения о посетителях музея, их сегментации, интересах и позволяет отслеживать последствия деятельности Радищевского музея в различных публикациях и упоминаниях о ней – выставках, акциях, встречах, фестивалях, конкурсах или иных событиях, проходивших в музее.

На портале практически каждый день появляется разнообразная информация, отражающая основные события в жизни музея и его филиалов или посвященная истории музея, художникам саратовской школы живописи, памятным датам культуры и т. д.

Программа-счетчик для мониторинга посетителей сайта

Каждый среднестатистический посетитель сайта Радищевского музея не является анонимом (если только он не использует специальное программное обеспечение для сокрытия информации о себе). Он актуализуется в тот момент, когда просматривает ту или иную статью на сайте, где установлены программы-счетчики.

Учет и анализ получаемой интернет-статистики с сайта "Новости Радищевского музея" проходит через специальные программы-счетчики SpyLOG и HotLOG. Отчеты ведутся в автоматическом режиме и могут быть получены сотрудниками, отвечающими за ведение сайта, практически в любое время. Что же становится известно о посетителе сайта Радищевского музея?

Откуда посетитель пришел на сайт. Практически безошибочно система учета и контроля посещаемости определяет сайт, с которого посетитель переходит по ссылке, будь то Yandex, Rambler или другой сайт. Данный вид статистики позволяет оценивать эффективность размещения информации на том или ином сайте по количеству переходов с него на другие сайты.

По какому запросу, набранному в поисковой системе, посетитель пришел на сайт. Программа-счетчик определяет, какой запрос (набор ключевых слов) был набран в поисковой машине, чтобы попасть на сайт. Эта возможность позволяет определять процент перехода пользователей с поисковой машины по тому или иному запросу – незаменимый вид статистики, используемый при поисковой оптимизации сайта.

Каковы точки входа на сайт и выхода с него, т. е. страница, с которой посетитель начал просмотр сайта, и страница, на которой он закончил просмотр.

Какова страна или регион России, откуда посетитель просматривает сайт. Определение регионов, из которых посетители приходят на сайт, особенно важно при строгой географической привязке рекламной кампании сайта.

Какие страницы посетитель просмотрел на сайте. Счетчики позволяют получать информацию о списке страниц, которые были просмотрены, их количестве и пути движения посетителя по сайту. Более того, с их помощью можно определить, сколько времени посетитель провел на той или иной странице и какие файлы скачал с сайта.

Время, проведенное посетителем на сайте в целом. Общее время пребывания посетителя на сайте тоже не останется в тайне. В статистических отчетах несложно определить и количество времени, проведенного им на той или иной странице сайта.

Программы-счетчики производят качественную и количественную оценку аудитории сайта и позволяют правильно позиционировать свой сайт в интернете, а также быть в курсе активности его посетителей.

Программа-счетчик позволяет судить о динамике совокупной аудитории сайта за неделю, месяц, сезон, год и выявлять интервалы наибольшей ее активности. Более того, сравнение данных с цифрами аналогичных интервалов предыдущих периодов позволяет выявить рейтинг поисковых запросов, в т. ч. и по отношению к другим сайтам той же тематики.

Система учета и контроля посещаемости определяет сайт, с которого посетитель переходит по ссылке, что позволяет оценивать эффективность размещения информации на том или ином сайте по количеству переходов с него на другие страницы.

Так как интернет-ресурс Радищевского музея включает в себя уже более 3 тыс. страниц информации, то он отражает практически все события и мероприятия, происходившие в музее за последние несколько лет. Ресурс имеет очень динамичный характер своего наполнения и развития и поэтому

одновременно с мониторингом посетителей сайта ведется мониторинг динамики развития структуры сайта и его содержания.

Этот вид мониторинга заключается:

- в отслеживании наполняемости сайта различными материалами;
- учете появления новых рубрик и разделов;
- отражении на них различных тем и публикации статей, показывающих активность и работоспособность подразделений музея;
- последующем анализе полученных результатов и оценке их актуальности и результативности.

Причем мониторинг опубликованной на сайте информации ведется как по музею в целом, так и по отдельным его подразделениям – отделам и филиалам.

Вкупе с многочисленными статистическими данными о посетителях данная информация, с одной стороны, дает возможность провести корреляцию между конкретным событием, имевшим место в музее, и ответным интересом, проявленным к нему со стороны виртуальных посетителей, а следовательно понять, насколько полно и содержательно была отражена различная музейная проблематика. С другой стороны, учет поисковых запросов и интереса посетителей к тому или иному событию подсказывает сотрудникам музея новые темы и формы подачи материала, стимулирует их к проведению новых реальных или виртуальных акций.

В перечень показателей мониторинга структуры и наполняемости сайта Радищевского музея входят:

- количество опубликованных новостей (за месяц, сезон, год);
- количество опубликованных пресс-релизов (за месяц, сезон, год);
- количество опубликованных фоторепортажей (за месяц, сезон, год);
- количество тематических материалов по проектам;
- рейтинг материалов;
- появление и наполняемость новых разделов и рубрик;
- востребованность информации во времени.

Вся информация хранится на сайте в виде различных текстовых и графических баз данных и составляет его постоянно наращиваемый архив. С помощью определенных алгоритмов поиска ее можно быстро найти и использовать для новых проектов музея, группируя в новые темы и разделы.

Учет поисковых запросов и интереса посетителей к определенному событию подсказывает сотрудникам музея новые темы и формы подачи материала, стимулирует их к проведению новых реальных или виртуальных акций.

Мониторинг информации на поисковых системах

Получать из интернета информацию, которая касается деятельности музея, можно не только анализируя статистику посещения собственного сайта и структуру его внутреннего содержания, но и отслеживая последствия транслирования этой информации во Всемирной паутине разными интернет-изданиями и интернет-ресурсами. Кроме того, можно анализировать и оценивать другие показатели, которые характеризуют образ музея в информационном пространстве. Для этого используются возможности различных поисковых систем – Yandex, Rambler, Google и т. д., которые позволяют по определенным показателям вычленять информацию и проводить не только ее учет, но и дальнейший анализ.

Этот механизм дает очень интересные результаты, но, к сожалению, еще малоизвестен и практически не применяется музейными работниками. Поэтому приведем несколько направлений получения необходимой актуальной информации из интернета:

- по титулам – имени музея, галереи, героя (художника, деятеля культуры и т. д.);
- названию конкретной выставки или события;
- ключевым словам или фразам (сочетанию имени, события и т. д.);
- источникам и дальнейшему пути “распространения” информации по Всемирной паутине.

Последнее направление, кстати, само по себе представляет очень увлекательный процесс.

В перечень показателей мониторинга информации на поисковых системах необходимо включить:

- отслеживание информации по поисковым запросам и ключевым словам;
- количество публикаций о музее в СМИ;
- рейтинг упоминаемости музея в интернете;
- рейтинг музея в интернет-каталогах (по отношению к другим музеям);
- индекс цитирования (определение “авторитетности” сайта с учетом качественной характеристики ссылок на него с других сайтов);
- рейтинг поисковых запросов.

Мониторинг публикаций и упоминаний о музее и его выставках с помощью поисковых систем позволяет скоординировать работу учреждения со СМИ. Благодаря ему можно оценить информационную кампанию музея как в печатных, так и в электронных СМИ, отследить транслирование информации о музее на различных сайтах и порталах России, наметить комплекс дальнейших мероприятий.

В целом все три вида проводимого в Радищевском музее интернет-мониторинга в совокупности являются необходимым инструментом при формировании интернет-стратегии и дают возможность продвижения интересного и содержательного образа музея в информационном пространстве.

Получать из интернета информацию, которая касается деятельности музея, можно не только путем анализа статистики посещения собственного сайта, но и отслеживая ее из разных интернет-изданий и интернет-ресурсов.