

**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.*