У многих учреждений культуры есть собственные сайты, но лишь небольшая их часть приносит реальную пользу как посетителям, так и сотрудникам учреждений. Создатели и идеологи обновления сайта Музея изобразительных искусств Республики Карелия делятся опытом, как заставить "интернет-представительство" работать.

Н.В. Козловская,
заведующая отделом развития
Музея изобразительных искусств Республики Карелия,

В.А. Тамм,
ведущий специалист отдела развития
Музея изобразительных искусств Республики Карелия

Музейный сайт – ресурс коммуникации и аналитики

Полный вариант статьи на
www.cultmanager.ru

Развитие социальных сетей, блогосферы и широкополосного Интернета стремительно уводит человечество в виртуальный мир. На изменение конъюнктуры быстрее всего реагируют небольшие рыночные структуры, которые заполняют коммерческой информацией новые медиапространства и площадки. Государственные монополисты и крупные корпорации, благодаря солидным финансовым вливаниям, как правило, тоже успешно представляют себя в Интернете, а также используют его в маркетинговых целях. Наиболее уязвимой отраслью в использовании Всемирной паутины как мощного коммуникационного и аналитического ресурса является сфера культуры.

В силу ряда факторов: отсутствия квалифицированных специалистов (программистов, web-дизайнеров, маркетологов), сокращения финансирования и порой просто боязни инноваций – учреждения культуры не способны в полной мере использовать в работе те современные ресурсы, которые предлагает сейчас Интернет.

Многие учреждения культуры, следуя модной тенденции, зачастую в спешке создают собственные интернет-сайты. Таким образом они надеются привлечь внимание общественности, но результат не всегда оправдывает ожидания. Какие особенности скрываются за ярким интерфейсом и каким образом они действительно смогут приносить пользу организации – попробуем разобраться на примере сайта Музея изобразительных искусств республики Карелия – http://artmuseum.karelia.ru.

История создания сайта

Сайт музея был создан в 2004 г. и отвечал основным требованиям своего времени. Это была статичная информационная страница, дающая основное представление о музее, его коллекциях, сотрудниках и месте расположения. Основным критерием эффективности работы сайта стал счетчик hot log, который фиксировал количество посетителей. Начальным плановым показателем была цифра 16 000 посетителей за год. Этот показатель был достигнут и впоследствии только наращивался.

Основным критерием эффективности первого варианта сайта был бесплатный счетчик hot log, который фиксировал количество посетителей.

За последние годы компьютерные технологии сделали колоссальный скачок в развитии, появилось множество новых сервисов, Интернет стал более доступным, а интеграция в социальные сети стала необходимым элементом любого сайта. Скорость распространения информации стала настолько высокой, что сайт музея, новости на котором размещал посредник, перестал успевать идти в ногу со временем. Долго зревшее решение о том, что сайту нужна полная реконструкция, пришлось на весну 2011 г. Поиски финансовых ресурсов и необходимой технологической базы остановили нас на бюджете в 50 000 руб. и платформе Joomla!.

Разработчики сайта (ведущий специалист отдела развития В.А. Тамм и компьютерный инженер Д.С. Столяров) ориентировались на критерии интерактивности, эргономики и возможности аналитики.

В сентябре 2011 г. сайт Музея изобразительных искусств РК начал свою "вторую жизнь". Рассмотрим, какие новые преимущества он предлагает посетителям.

Рис. 1. **Главная страница сайта Музея изобразительных искусств РК**

Новый интерактивный интерфейс. Центральный анимированный блок, выполненный в виде слайд-шоу, предоставляет возможность мгновенного доступа к страницам с описаниями основных коллекций музея. Слева на странице присутствует визуальный модуль с информацией о наиболее актуальных мероприятиях и выставках, который сопровождается эффектами видеокартинки и сразу привлекает внимание пользователя, попавшего на главную страницу. Благодаря сменяемости этих рекламных картинок у музея есть возможность освещать сразу несколько главных событий. Клик на любую картинку, относящуюся к будущему мероприятию, ведет на страницу с основной информацией о нем. Мультимедийность сайта дополняется возможностью публиковать видеоконтент благодаря

Видеоролики с открытия выставок и других мероприятий музея стали неотъемлемой частью сайта.

интеграции с популярным видеохостингом Youtube. Ролики с открытия выставок и других мероприятий музея стали неотъемлемой частью сайта.

Структурированная подача информации позволяет за минимальное количество переходов найти нужные данные.

Золотое правило любого сайта – чем меньше кликов требуется сделать для получения нужной информации, тем выше вероятность, что посетитель не покинет ваш портал раньше, чем найдет важные для него сведения.

Сайт имеет единое глобальное меню, размещенное на каждой странице сразу после графического заголовка. Разделы меню ранжированы по актуальности для потребителя от наиболее востребованных к менее востребованным (“Главная”, “Новости”, “Посетителю”, “Выставки”, “Коллекции”, “Ресурсный центр”, “О музее”, “Сотрудничество”). Многоуровневые разделы содержат удобное выпадающее подменю, которое раскрывается при подводе курсора к названию разделов.

Выпадающее меню позволяет удобно ориентироваться на сайте и быстро находить нужную информацию.

На главной странице выкладываются основные новости, связанные с деятельностью музея. Для того чтобы поддерживать сайт в актуальном состоянии, важно генерировать новостные блоки не меньше трех раз в неделю. Поводами для публикации могут стать открытие выставок, увлекательные мастер-классы, семинары или конференции, конкурсы или викторины. Когда нет очевидного информационного повода к созданию контента, можно разместить анонс или увлекательную историю об организации, а порой просто написать о важной памятной дате или дне рождения сотрудника.

Распространенная проблема: посетителей отталкивает сухой официальный язык, которым подаются новости.

Работникам учреждения культуры важно понять, что сайт не только допускает, а даже приветствует элементы юмора и интриги. Помните и о том, что следует избегать избытка информации. Новости важно дозировать: если их будет слишком много, посетитель не будет успевать их воспринимать, но если новостей будет мало, он потеряет интерес к сайту. Необходимо все время подавать новые и относительно небольшие порции информации.

Заголовки не менее важны в формировании новостей. Откажитесь от скучных формулировок, сделайте новости яркими, интригующими, даже шокирующими! Современный человек в день перерабатывает такой объем информации, что он непроизвольно формирует защитные фильтры, отбраковывающие часть информационного потока как спам. Важно “зацепить” потенциального пользователя контентом. Только ежедневно публикуя креативные сюжеты, сайт останется востребованным, а не будет существовать формально.

Приведем несколько примеров подачи новостей. В феврале 2012 г. в Музее изобразительных искусств РК планировалась фотовыставка Freezelight, что подразумевает рисование светом с помощью фонариков и камеры на длинной выдержке. Многие услышали об этом направлении фотографии впервые. Создавая новость, специалисты отдела развития музея вместо банального “Открытие выставки Freezelight” поставили заголовок “Мы откроем для вас Freezelight”. Эта маленькая хитрость создала интригу, побудила пользователя сайта узнать, что же это такое. В день появления новости мы зафиксировали всплеск интереса именно к этой странице.

Другой пример из области музейной педагогики. Музей изобразительных искусств РК уже несколько лет реализует на своей базе музейно-педагогическую

программу “Здравствуй, музей!”. Помимо занятий на экспозиции, мастер-классов и семинаров, педагоги школ и детских садов, участвующих в программе, проводят открытые уроки в своих учреждениях. После одного из занятий на сайте музея появился заголовок «Дети “на неведомых дорожках”» – именно так назывался этот урок, но в контексте новостей сайта он вызывал любопытство.

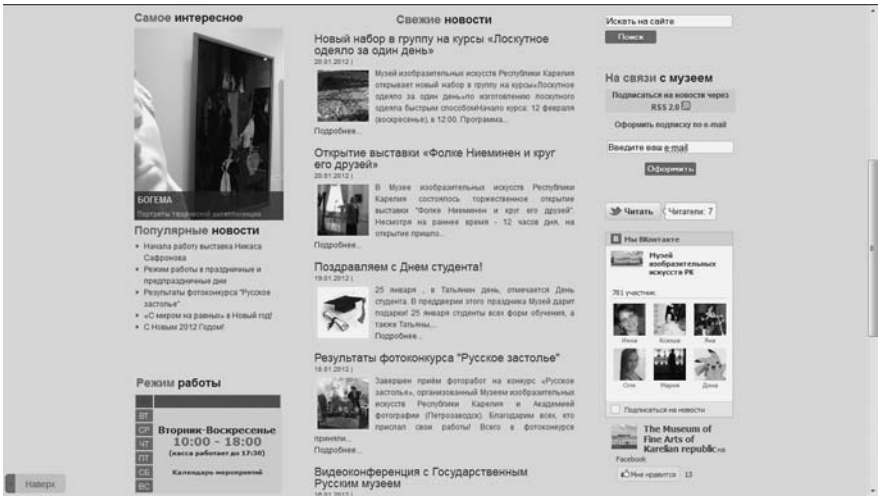


Рис. 2. **Главная страница сайта Музея изобразительных искусств Республики Карелия**

Автоматическое формирование рейтинга новостей. На главной странице сайта Музея изобразительных искусств РК создан раздел “популярные новости”, который обновляется автоматически. Это было сделано с использованием функциональных расширений системы управления сайтом Joomla!. В итоге самые популярные новости месяца выходят на первые места в рейтинге. Это не может не привлекать дополнительных пользователей, которые попадают на стартовую страницу музейного сайта. Таким образом, пользователь сам участвует в ранжировании новостей, формируя рейтинги для будущих посетителей.

Пользователь сам участвует в ранжировании новостей, формируя рейтинги для будущих посетителей.

Возможность подписаться на рассылку новостей по электронной почте или через RSS–агрегатор. Подписываясь на новостную рассылку, пользователи выражают свою лояльность к деятельности музея и максимально оперативно получают информацию о жизни учреждения.

Возможность поиска по сайту. Эта опция остается традиционным, но от этого не менее важным конкурентным преимуществом сайта. Соответствующее окно запросов находится в зоне прямой видимости на стартовой странице сайта Музея изобразительных искусств РК.

Интеграция сайта с социальными сетями

Современному сайту учреждения культуры важно быть интегрированным в различные социальные сети и сообщества. С помощью социальных сетей проще и удобнее получать отклики и другую обратную связь о деятельности учреждения. На главной странице сайта Музея изобразительных искусств РК выделены площадки для основных популярных социальных сетей: “Вконтакте”, Facebook и микроблог Twitter, – где музей имеет свои собственные группы, страницы или аккаунты.

Благодаря этим ссылкам, количество новых “друзей” в сообществах постоянно растет. Таким образом, все большее количество людей вовлекается в информационный поток, создаваемый музеем.

Важно связать свой сайт с социальными сетями. С их помощью легче и удобнее получать обратную связь о деятельности учреждения.

По мере того как растет аудитория сайта, важно понимать, кто является постоянным потребителем контента, какие ресурсы приводят посетителей на сайт, какова динамика посещений.

Любой сайт имеет две оболочки: внешнюю, которую использует посетитель, и внутреннюю, с которой работают специалисты музея. После реконструкции сайта музея у его сотрудников появилась возможность использовать мощный инструмент изучения потенциального клиента – аналитический ресурс сайта.

Динамика посещений сайта начиная с сентября 2012 г. исключительно положительная (рис. 3).

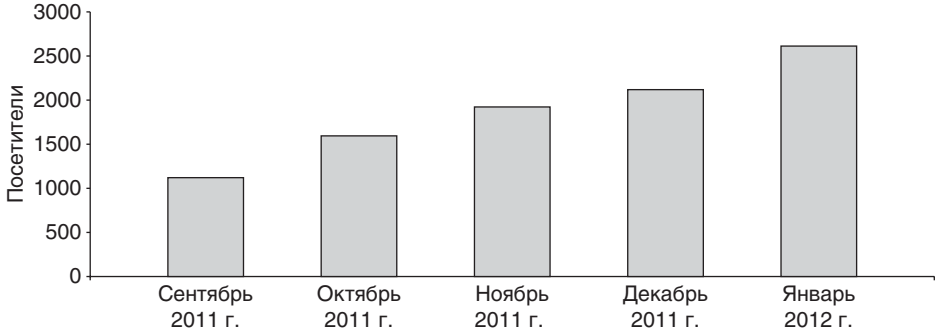


Рис. 3. **Статистика посещений сайта Музея изобразительных искусств РК по месяцам с сентября 2011 г. по январь 2012 г.**

Ежемесячный прирост аудитории составляет в среднем 12%. В годовом выражении музей перевыполнил план по посещаемости сайта на 20% (планируемый показатель – 18 000 посещений, фактический – 21 500 посещений), при том что в летние месяцы велась работа по реконструкции. Любопытно, что самым посещаемым днем за этот период стало 2 января, когда после празднования Нового года людям потребовалась информация о досуге. За сутки на сайт музея пришло 153 человека: это почти вдвое превышает среднестатистический дневной показатель посещаемости (рис. 4).

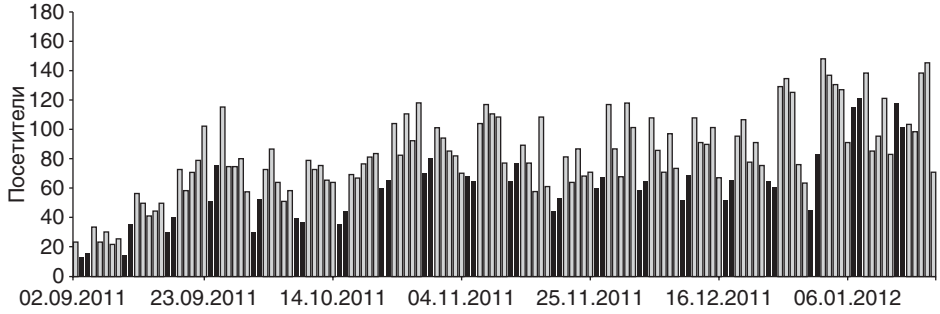


Рис. 4. **Ежедневная статистика посещений сайта Музея изобразительных искусств РК с сентября 2011 г. по январь 2012 г.**

Было бы неправильным размещать информацию об учреждении только на собственном сайте. В настоящее время в любом регионе существует множество специализированных площадок и порталов для размещения информации о культуре и досуге, начиная от сайтов-афиш (www.afisha.ru) и заканчивая ведущими российскими ресурсами, такими как сайт Союза музеев России (www.museum.ru), а также социальными сетями. Полезная функция нового сайта Музея изобразительных искусств РК – учет статистики перехода с других порталов.

Полезная функция – учет статистики перехода с других порталов.

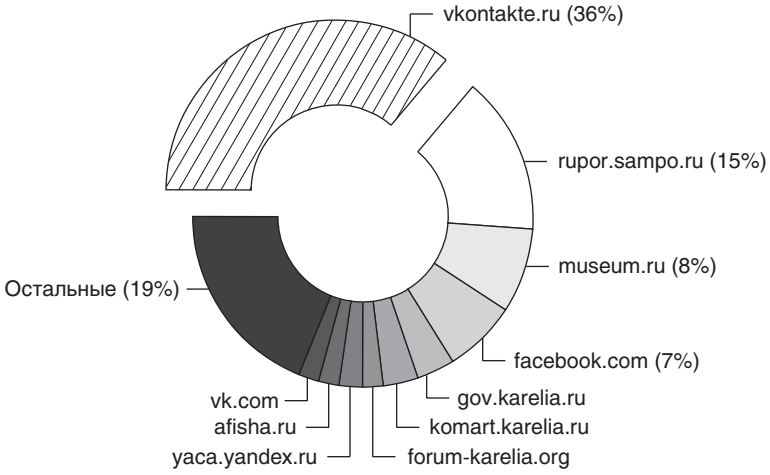


Рис. 5. **Сайты–рефералы**

По рисунку 5 видно, что более 35% аудитории сайта приходит на него из социальной сети “Вконтакте”. Следовательно, необходимо продолжать развивать группу музея и постоянно пополнять ее актуальными новостями, фото- и видеоматериалами. Около 15% аудитории приходит на сайт музея с портала www.rupor.sampo.ru – популярной региональной интернет-площадки. До 10% пользователей приходит с сайтов www.museum.ru и www.facebook.com.

Специалисты музея постоянно ищут новые площадки размещения информации о нем в Интернете, а затем отслеживают статистику переходов с этих сайтов на собственный сайт.

Таким образом выстраивается структура ресурсов, которые востребованы различными пользователями, что позволяет выделить приоритетные направления.

Для правильного формирования контента и подачи информации важно понимать, кто является регулярным пользователем сайта.

Для правильного формирования контента и подачи информации важно понимать, кто является регулярным пользователем сайта. С учетом новых возможностей, предоставляемых платформой Joomla!, Музей изобразительных искусств РК может составлять диаграммы посещаемости по половозрастному признаку (рис. 6).

Проанализировав показатели, можно сделать вывод, что самая широкая аудитория сайта – люди в возрасте от 18 до 34 лет, при этом мужчин в возрасте от 18 до 24 лет, посещающих сайт, намного больше, чем женщин этой же возрастной категории. Женщины старше 45 лет посещают сайт чаще мужчин того же возраста. Такая аналитическая информация позволяет правильно размещать информацию, использовать подходящую терминологию, а также разрабатывать новые мероприятия музея.

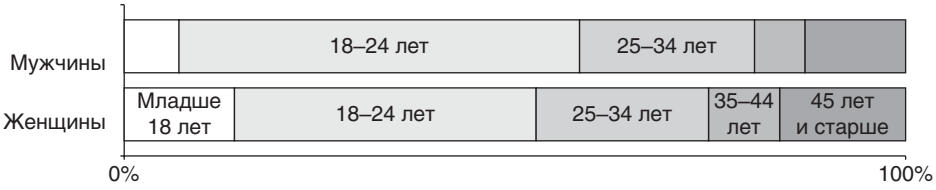
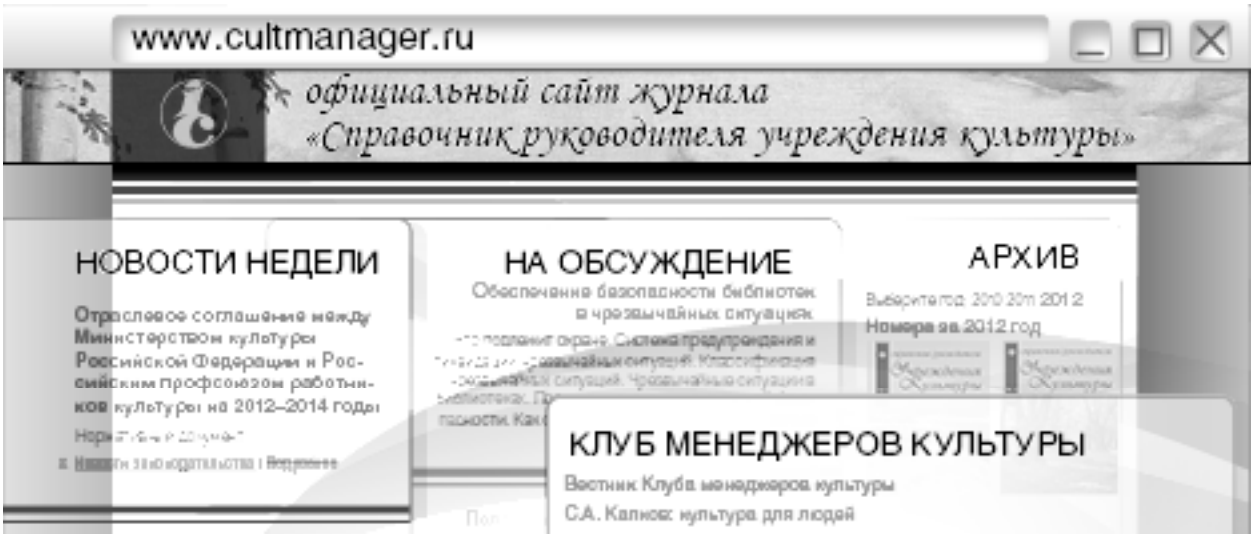


Рис. 6. **Половозрастная статистика посещений сайта Музея изобразительных искусств Республики Карелия**

Не менее интересным является география посещаемости сайта. Проанализировав эти данные, сотрудники музея узнали, что львиная доля пользователей сайта живет в России, однако устойчивый интерес к деятельности музея также проявляют жители Финляндии, США, Казахстана, Украины и Белоруссии.

Промежуточные итоги обновления сайта

Спустя полгода после начала работы нового сайта самыми популярными разделами по посещениям пользователей стали “Текущие выставки”, “Новости”, “Анонсы”, “Групповое посещение” и “Акции” – эта статистика подтверждает правильное позиционирование основных разделов сайта.

Чем дальше будут развиваться компьютерные технологии, тем больше будет появляться возможностей и способов формировать увлекательный интерактивный контент и анализировать его востребованность пользователями Всемирной паутины. Но такое изобилие неизбежно избалует пользователя, и учреждению культуры станет сложнее задержать его внимание. Важно не отставать от времени, не бояться инноваций, экспериментировать и выстраивать новые каналы взаимодействия со своими потенциальными посетителями. На примере обновленного сайта Музея изобразительных искусств РК видно, что существует масса различных возможностей роста и развития в Интернете.