

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАЧЕСТВА САЙТОВ ОБЛАСТНЫХ КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ РОССИИ¹

Баранова Т.Д.

tata.baranova@list.ru

Российский государственный гуманитарный университет,

Москва, Россия

Аннотация. В данной работе проведен сравнительный анализ качества сайтов областных музеев краеведения и даны основные рекомендации по их улучшению. Также рассмотрен сайт Тотемского музейного объединения, муниципального краеведческого музея, который может получить областной статус в будущем. На его примере раскрыты частные проблемы официальных электронных ресурсов и возможные способы их решения.

Ключевые слова: сайт музея, музей краеведения, областной музей, критерии оценки качества, веб-дизайн

Для цитирования: Баранова Т.Д. Сравнительный анализ качества сайтов областных краеведческих музеев России. *Наследие и современность = Heritage and Modern Times*.

¹ Работа выполнена в рамках проекта РГГУ «Экспозиционно-выставочная деятельность в музее: концепции, процессы, технологии» (конкурс «Студенческие проектные научные коллективы РГГУ»).

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE QUALITY OF THE WEBSITES OF REGIONAL MUSEUMS OF LOCAL LORE IN RUSSIA

Baranova T.D.

tata.baranova@list.ru

Russian State University for the Humanities

Abstract. The article represents the comparative analysis of the quality of websites of regional museums of local lore. The main recommendations for their improvement are given. The website of the Totem Museum Association, a municipal museum of local lore, which may receive regional status in the future, is also considered. Its example shows private problems of official electronic resources and possible ways to solve them.

Key words: museum website, museum of local lore, regional museum, web design, quality assessment criteria

For citation: Baranova T.D. Comparative analysis of the quality of the websites of regional museums of Local Lore in Russia. *Heritage and Modern Times*.

Использование и развитие информационных технологий стало одним из основных направлений работы современных музеев. Наличие и ведение электронных страниц в сети Интернет поддерживает интерес посетителей, привлекает новую аудиторию, способствует развитию музея благодаря отслеживанию современных тенденций. Правильное применение информационных технологий повышает эффективность работы музея.

Сайт является «лицом», «визиткой» и одним из способов поддержания имиджа музея. Многие музеи России открыли свои электронные страницы, на которых указывается общая и актуальная информация об учреждении. Однако лишь крупные, известные, частные музеи имеют возможность поддерживать сайты и обновлять их до современного уровня веб-технологий. Поэтому большинство государственных музеев, в том числе краеведческих, сталкивается с проблемой недостатка информационного продвижения из-за нехватки квалифицированных сотрудников и недостатка финансирования. Несмотря на наличие областного статуса, многие музеи

краеведения не имеют возможности обновить версию своего сайта до уровня веб-разработки последних 5 лет.

С 2020 года, пика развития и продвижения онлайн-площадок учреждений культуры, областные музеи краеведения получили возможности для обновления своих электронных ресурсов. В данной работе рассмотрим нынешний технологический уровень страниц музейных организаций на примере 13 сайтов областных краеведческих музеев России, проведем их сравнительный анализ и составим рекомендации для сайтов музеев, желающих получить областной статус, на примере страницы Тотемского музейного объединения.

Критерии оценки качества сайтов

Для анализа музейных сайтов стоит опираться как на отечественные, так и международные стандарты. Методические рекомендации, разработанные ГМИИ им. Пушкина, Высшей школой экономики и ИКОМ, ссылаются на исследования Н. И. Гендиной [1], О. В. Самаковской [2] и нормативную базу. Они указывают такие качественные параметры сайта, как открытость, доступность и актуальность информации, удобство пользования, доступность для лиц с ограниченными возможностями, удовлетворенность пользователей качеством и полнотой информации, качеством и содержанием полиграфических материалов [3, с. 13–14]. Международные рекомендации по созданию и оценке сайтов сферы культуры проекта «Minerva» выделяют следующие принципы качества: прозрачность, эффективность, поддержка, доступность, ориентация на пользователя, реактивность, многоязычие, совместимость, управляемость и сохранность [4, с. 14]. В научных работах последних лет также указывают дизайн как один из главных оцениваемых параметров сайта [5, с. 28–29]. Современное оформление сайта сочетает в себе функциональность, удобство и привлекательность для пользователей сети Интернет. Ввиду того, что отечественные и международные рекомендации имеют пересечения в критериях оценки, мы будем придерживаться следующего ряда принципов качества музейных сайтов.

Прозрачность. Попав на сайт, пользователь должен мгновенно убедиться, что он находится на официальном ресурсе и что он сможет найти ту информацию, которую ищет. Веб-сайт должен четко идентифицироваться, иметь понятную цель и

миссию, содержать необходимую посетителю информацию об организации культуры.

Эффективность. Качественный сайт имеет тщательно отобранное, выверенное содержание, подкрепленное необходимыми пояснениями. В данный критерий входит и дизайн, который должен выгодно представлять основное содержание. Простой дизайн и удобная навигация позволят пользователю быстро ориентироваться на сайте, находить нужную информацию и легко ее воспринимать.

Поддержка. Критерий включает в себя регулярное обновление и пополнение контента. В музее должен быть выделен сотрудник или отдел, который будет выкладывать актуальную информацию на электронных ресурсах и поддерживать высокое качество информационного и технического обслуживания сайта.

Доступность. Современные качественные сайты кроссплатформенны и инклюзивны. Разные типы браузеров, медленный или мобильный интернет не должны пагубно влиять на отображение и восприятие основной информации, представленной на музейном сайте. Рекомендуется использовать специальные расширения для адаптации контента для людей с ограниченными возможностями.

Ориентация на пользователя. При создании и обновлении сайта музея рекомендуется учитывать потребности и мнение пользователей, узнавать об их удовлетворенности содержанием, интерфейсом и навигацией. В данный критерий также входит использование интерактивных элементов, которые позволяют пользователю менять или добавлять новую информацию на сайт.

Реактивность. Критерий включает обмен информацией с пользователями и между ними. Для этого на музейном сайте можно добавить форму для вопросов или создать открытый форум с модерацией. В настоящее время является менее важным параметром, если у музея открыты социальные сети и ссылки на них указаны на главной странице сайта.

Многоязычие. Основной контент, включая меню, поиск и навигацию, должен быть переведен минимум на два языка. Переход между ними может быть как встроенным в сайт в виде специальных кнопок, так и адаптированным под автоматический перевод, который имеется во многих современных браузерах. При

смене языка не должен меняться шрифт и его размер, это может пагубно повлиять на внешний вид страниц.

Совместимость. Качественный музейный сайт связан с другими сайтами сферы культуры. В данный критерий включено наличие ссылок на государственные учреждения и программы, на электронные музейные порталы и каталоги. Пользователь должен иметь возможность легко найти важные сторонние информационные ресурсы и услуги.

Управляемость. При создании электронной страницы и размещении контента важно обеспечить защиту прав пользователей, владельцев сайта и информации, представленной на нем. Предварительно необходимо изучить российское и международное законодательства. Правила использования выложенных материалов, документы о защите персональных данных должны быть доступны пользователям в соответствующих разделах.

Сохранность. Важно обеспечить сохранность оцифрованного культурного наследия, самого сайта и его содержания при переходе на новые технологии и форматы. Одними из обязательных действий являются создание резервных копий, верификация и дублирование архивов и защита от несанкционированного доступа. Часть данной информации можно узнать с помощью расширений, встроенных в различные браузеры.

Актуальность дизайна. Качественный дизайн должен не только быть эффективным, но и соответствовать современным тенденциям последних лет. Развитие веб-дизайна идет быстрыми темпами, поэтому сайты образца 2000-х годов давно устарели. Современный визуальный облик электронных страниц минималистичен и более удобен для пользователей, поддерживает имидж музея, показывает его стремление следовать культурным и информационным тенденциям, привлекает молодую аудиторию. Чтобы внешний вид сайта областного музея оставался актуальным, достаточно обновлять его полностью не реже, чем раз в 10 лет. Для оценки по данному критерию можно использовать сохраненные снимки ранних версий музейных сайтов на сторонних порталах (к примеру, Wayback Machine).

В дополнение к общей оценке качества изучено содержание главных страниц исследуемых музейных сайтов. Они основной инструмент информирования

посетителей о текущих событиях и отправная точка для перехода на дополнительный контент. Главная страница должна сочетать уникальное визуальное решение в узнаваемом стиле музея, удобную навигацию, текстовые и мультимедийные блоки. При этом важно не перегрузить ее лишней информацией.

На главной странице сайта современного музейного учреждения должны быть:

- навигация – «шапка» и «подвал» сайта (верхняя и нижняя панели), основное и боковое меню;
- основная краткая информация в раскрытом виде – музей и его филиалы, часы работы, покупка билетов;
- мультимедийный блок – основная кликабельная зона из фотографий или видеороликов с анонсом мероприятий, текущими выставками, программами и новыми услугами;
- последние новости;
- баннеры переходов на другие важные разделы и страницы сайта;
- иконки социальных сетей, ссылка на систему оценки качества [3, с. 23].

Анализ сайтов областных краеведческих музеев

В данной работе проанализированы официальные сайты 13 областных музеев краеведения: Кировского, Самарского, Ростовского, Свердловского, Саратовского, Воронежского, Ульяновского, Тамбовского, Липецкого, Иркутского, Курганского, Магаданского и Амурского. Такая выборка позволит рассмотреть и сравнить сайты музеев из разных частей России.

Рассмотрим основные результаты оценки качества сайта каждого музейного учреждения, опираясь на выделенные нами критерии. Более детальную картину сравнительного анализа и оценку элементов главных страниц можно увидеть в таблицах, приложенных к данной работе (Таблицы 1-2).

Таблица 1

Сравнительный анализ качества сайтов областных музеев краеведения (версии ноября 2024 года)

Оценка качества музейного сайта	Областные краеведческие музеи	Прозрачность	Эффективность	Поддержка	Доступность	Ориентация на пользователя	Реактивность	Многоязычие	Совместимость	Легитимность	Сохранность	Актуальность дизайна
Кировский (https://muzey43.ru/)	недостаточно	да	да	да	да	да	нет	недостаточно	да	да	да	недостаточно
Самарский (https://www.alabin.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	недостаточно	да	да	да	да	недостаточно
Ростовский (https://www.rostovmuseum.ru/)	да	да	да	да	да	да	недостаточно	недостаточно	да	да	да	недостаточно
Свердловский (https://uole-museum.ru/#)	да	да	да	да	да	да	недостаточно	недостаточно	да	недостаточно	да	недостаточно
Саратовский (http://comk.ru/)	да	да	да	да	да	да	недостаточно	недостаточно	да	да	недостаточно	недостаточно
Воронежский (https://museum-vrn.ru/)	да	да	да	да	да	да	недостаточно	недостаточно	да	недостаточно	да	недостаточно
Ульяновский (https://uokm.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	нет	недостаточно	да	да	да	недостаточно
Тамбовский (https://tmbmuseum.ru/)	да	да	да	да	да	недостаточно	нет	недостаточно	да	недостаточно	да	недостаточно
Липецкий (https://museums-48.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	нет	недостаточно	да	да	да	недостаточно
Иркутский (https://iokm.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	недостаточно	недостаточно	да	да	да	да
Курганский (http://museum.kurg.muzkult.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	недостаточно	недостаточно	да	да	недостаточно	нет
Магаданский (https://magadanmuseum.ru/)	да	да	да	да	недостаточно	да	недостаточно	недостаточно	да	недостаточно	да	недостаточно
Амурский (https://museumamur.org/)	да	да	да	да	недостаточно	да	недостаточно	да	да	да	да	недостаточно

Сравнительный анализ главных страниц сайтов (версии ноября 2024 года)

Элементы на главной странице сайта Областные краеведческие музеи	«Шапка», верхняя панель (вп)					График работы	Постоянная экспозиция музея (покупка билетов)	Текущие выставки (покупка билетов) / афиша	События / новости	Проекты	Филиалы	Госуслуги / Пушкинская карта	«Подвал», нижняя панель (нп)			Другое
	Логотип музея	Меню	Поиск	Соцсети / контакты музея	Версия для слабовидящих								Структура меню / карта сайта	Государственные партнеры музея	Оценка качества услуг	
Кировский	есть	есть	есть	есть	есть	есть (вп)	есть	есть	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть	-
Самарский	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть, общий информационный блок (покупка билетов: вп)			есть	есть	нет	есть, карусель внизу страницы	нет	Карусель из фото музея, предметы из электр. коллек.	
Ростовский	есть	есть	есть	контакты: есть, соцсети: главная лента и нп	есть	есть (вп)	есть	есть	есть, вся левая лента	есть	нет	госуслуги: есть	есть	есть	нет	Афиша в виде календаря, на нп: обратная форма
Свердловский	есть	есть	есть	есть	есть	нет	нет	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть, карусель над нп		Музей в цифрах
Саратовский	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть, в виде карты с метками	есть	есть	есть	нет	Боковая панель иконок, в графике работы выделен сегодняшний день
Воронежский	нет	есть	нет (есть, нп)	соцсети: есть, контакты: нп	есть	есть, главная карусель	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть, под главной каруселью	есть	Главная карусель с разными темами
Ульяновский	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть	только кнопка покупки билета	есть	есть, левая лента	есть	есть	нет	нет (есть, левая лента)	есть	-
Тамбовский	нет	есть	нет	есть	есть	есть	нет	афиша: есть	есть	нет	есть	Пушкинская карта: есть	нет	есть	нет	Новости текстом
Липецкий	есть	есть	есть, меню и нп	контакты: есть	есть	нет	есть	есть, главная карусель	нет	нет	есть	есть	есть	нет	есть	-
Иркутский	есть	есть	нет (есть, нп)	контакты: есть	есть	есть, нп	есть	афиша: есть	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть	Современный дизайн
Курганский	есть	есть	есть	нет (соцсети: нп)	есть	нет	есть, главная карусель (без покупки билетов)		есть, правая лента	нет	нет	есть	есть	нет (есть, правая лента)	нет	-
Магаданский	есть	есть	нет (есть, разделен на два, левая лента)	нет (есть, левая лента)	нет (есть, левая лента)	есть, левая лента	есть	нет	есть (вся правая лента)	есть, левая лента	нет	госуслуги: есть, левая лента	нет	есть, карусель внизу страницы	нет (есть, левая лента)	На нп: адрес и контакты
Амурский	есть	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть	есть	есть	есть	есть	нет	есть	нет	Опрос для посетителей

1. Прозрачность

Большинство сайтов получают высокие оценки по данному критерию, поскольку дают четкое представление о музейном учреждении, которое представляют. Наименование, логотип, стилистика указывают на официальный статус электронного ресурса. При входе на главные страницы видна основная информация об организации. Она может немного отличаться от сайта к сайту: новости (Магаданский и Амурский), анонсы (Иркутский и Воронежский), графики работы (Самарский и Саратовский), данные о филиалах (Ульяновский и Ростовский) и т.д. Единственный музейный сайт, получивший более низкую оценку, это страница Кировского областного краеведческого музея имени П. В. Алабина. Она визуально проста, удобна в навигации, на ней нет ничего лишнего. Однако сайт полностью лишен индивидуальности и стилистики, из-за чего у современного пользователя может создаваться впечатление входа на неофициальный ресурс. Интересной и неоднозначной деталью является полное отсутствие текстовой информации на главной странице, даже на нижней панели. Текст вынесен на другие страницы, которые можно открыть из основного меню.

2. Эффективность

Все сайты областных краеведческих музеев эффективны, поскольку имеют четко выверенное содержание, простой дизайн и удобную навигацию. Информация находится так же легко, как и воспринимается. На некоторых сайтах можно заметить уникальные детали для повышения эффективности: календарь событий недели Ростовского музея, календарь мероприятий месяца Иркутского музея, боковое меню и выделение сегодняшнего дня недели в графике работы Саратовского музея, подробная информация о филиалах Воронежского музея и т.д.

3. Поддержка

Все выбранные сайты регулярно обновляют новостные блоки, выкладывают актуальные анонсы мероприятий. Из 13 сайтов 7 используют полностью или преимущественно мультимедийные новости и анонсы. Только страница Тамбовского областного краеведческого музея имеет полностью текстовые блоки событий. Во всех музеях заметно наличие сотрудников, отвечающих за поддержку музейного сайта. Однако найти контакты для прямой связи с отделом информационных технологий

можно только на сайтах Свердловского и Тамбовского областных краеведческих музеев.

4. Доступность

Все электронные страницы краеведческих музеев кроссплатформенные и кроссбраузерные. С проблемами медленного, мобильного интернета сталкиваются сайты с тяжелыми мультимедийными блоками и анимационными элементами. К таким относятся 6 из 13. Также большинство музейных сайтов инклюзивно. Только Ульяновский областной краеведческий музей им. И. А. Гончарова еще не добавил кнопку специального расширения, хотя с 2022 года реализует проект собственной инклюзивной лаборатории. На странице Самарского областного историко-краеведческого музея им. П. В. Алабина переход на версию для слабовидящих сбивает информационные блоки, их формат и дизайн.

5. Ориентация на пользователя

Все сайты получают высокую оценку, несмотря на отсутствие собственных интерактивных элементов, вовлекающих и сохраняющих вклад пользователей. Сейчас их создание и использование более характерно для страниц временных проектов и социальных сетей, чем для стабильных сайтов. Поэтому наличие подобных элементов на официальном сайте скорее приятное исключение из правил, чем что-то обязательное. В данном критерии для нас важнее отметить способы узнать потребности и мнение пользователей о содержании, интерфейсе и навигации сайта. Среди них стоит отметить баннеры для предложений «Решаем вместе» от Госуслуг и ссылки на Оценку качества услуг. Хотя бы один из этих элементов есть на большинстве из исследуемых сайтов. На странице Амурского областного краеведческого музея им. Г. С. Новикова-Даурского представлен еще один способ – небольшой опрос пользователей в Google Формах. Ни одного элемента из перечисленных выше нет только на сайте Тамбовского областного краеведческого музея.

6. Реактивность

Современные сайты редко полностью соответствуют данному критерию. Чаще всего прямую связь с пользователями музеев ведут через свои контакты и социальные сети. На всех страницах они указаны. У 12 музеев есть ссылка на группу Вконтакте,

у 10 – Одноклассники, у 9 – Telegram. Каналы на видеосервисах есть у 5 областных музеев краеведения. На большинстве электронных ресурсов музейных учреждений реактивность выражается наличием формы для обратной связи. Ее можно найти на 9 сайтах из 13. Самая подробная форма с правилами ее заполнения, с возможностью написать директору или в дирекцию, представлена у Иркутского областного краеведческого музея им. Н. Н. Муравьева-Амурского.

7. Многоязычие

Благодаря современным функциям различных браузеров текстовое содержание сайта можно перевести на любой язык. При автоматическом переводе шрифт и расположение блочных элементов не смещаются на большинстве исследуемых страниц. Встроенный перевод на английский и китайский языки имеется на сайте Амурского областного музея краеведения, а на главной странице Самарского областного историко-краеведческого музея прикреплен виджет с переводом на английский язык.

8. Совместимость

Все страницы областных краеведческих музеев совместимы с другими государственными электронными ресурсами и сайтами сферы культуры. Они ссылаются на электронные ресурсы министерства культуры РФ, областных министерств, национальные культурные проекты, музейные объединения, сайты ICOM, Государственного каталога, Культуры.рф, Музеев России. Чаще всего встречаются ссылки на Музей Победы и проект «Территория Победы». Удобный способ их размещения – мультимедийная карусель в конце страницы. Однако иногда блоки с партнерами и проектами занимают излишне много места, как на сайтах Тамбовского и Самарского областных краеведческих музеев.

9. Управляемость

На большинстве сайтов прикреплены положения об обработке персональных данных и политика конфиденциальности. Их можно найти в отдельном разделе с официальными документами или на нижней панели. Данные о защите прав владельцев и пользователей отсутствуют на 4 сайтах из 13. К примеру, Свердловский областной краеведческий музей не предоставляет к ознакомлению необходимые документы, но предупреждает об обработке данных при посещении сайта.

10. Сохранность

С обеспечением сохранности своих сайтов и их контента справляется большая часть исследуемых музеев. При обновлении страниц и отдельных элементов сохраняются основные информационные блоки, сменяются сертификаты защиты от несанкционированного доступа. Только у сайтов Курганского и Саратовского музеев на данный момент не обновлены протоколы безопасности, подключение к ним не защищено.

11. Актуальность дизайна

Что представляет собой современный веб-дизайн? В качестве примера можно привести сайты Музея русской иконы и Мемориального музея «Следственная тюрьма НКВД». Их дизайн минималистичен, шрифт крупный, выдержана стилистика музеев, отражающая их тематику. Меню не перегружено, скрыто или представлено несколькими разделами. Страницы четко поделены цветом на смысловые блоки. Такие визуальные решения трактует тенденция на адаптацию сайтов под просмотр на мобильных устройствах. Поэтому электронные страницы приобретают вид единой ленты со всей основной информацией. Среди областных музеев похожий дизайн имеет сайт Омского областного музея изобразительных искусств им. М. А. Врубеля.

Ближе всего под данное описание подходит страница Иркутского областного краеведческого музея: одна лента, общий однотонный фон, общее стилистическое решение, четкая блочная структура, крупный шрифт, простая навигация. Остальные электронные ресурсы сделаны по стандартам прошлых лет, несмотря на то, что они проходили обновления за последние 8 лет, а 7 из них – за последние 4 года. Среди них сайт Саратовского музея краеведения, работающий с 2001 года. Его основная стилистика сформировалась в 2007 году и сохранилась до настоящего времени. Последнее обновление 2022 года улучшило структуру страницы (вместо трех лент одна, четко разделенная на информационные блоки), перенесло основное меню и добавило боковое из иконок. Однако внешний вид сайта кажется устаревшим из-за стандартного шрифта и статичного фонового изображения здания музея.

Различные старые визуальные и структурные элементы присутствуют на многих выбранных музейных сайтах. В их список входят деление на две или три ленты (Ростовский, Ульяновский, Курганский, Магаданский), полностью текстовые

новости, большие мультимедийные блоки, не относящиеся к теме музея, простой шрифт и т.д. Среди удачных решений в структуре и веб-дизайне можно отметить стилизованные иконки филиалов, блок «музей в цифрах», стилистически уместное сочетание разных шрифтов и др.

Наличие собственного визуального стиля также положительно влияет на имидж музея, его узнаваемость. Самарский, Иркутский, Воронежский и Липецкий областные краеведческие музеи лучше остальных поработали над созданием общей стилизации сайта. Однако из нее выбиваются отдельные блоки структуры, к примеру, баннеры с государственными партнерами и программами. С данной проблемой сталкиваются все исследуемые электронные ресурсы. Грамотное вписывание подобных элементов в стилистику сайта понизит визуальный шум и улучшит внешний вид страниц.

Из собранных данных по всем критериям оценки можно сделать вывод, что большая часть сайтов областных краеведческих музеев удобна, содержательна, эффективна и доступна. Однако ни одна из перечисленных электронных страниц не соответствует всем критериям оценки качества. В настоящее время региональным сайтам необязательно быть реактивными или многоязычными, для этого созданы сторонние программы и расширения. Однако им нужно работать над улучшением дизайна страниц и уменьшением визуального шума. Многим музеям стоит задуматься о разработке стилистики их сайтов. Некоторым необходимо обратить внимание на изменение структуры и содержания информационных блоков. После реализации предложенных обновлений можно заняться внедрением интерактивных элементов.

Анализ сайта Тотемского музейного объединения

Электронные ресурсы должны соответствовать уровню музея, поскольку являются «лицом» организации в онлайн-пространстве. Получение статуса областного музея способствует повышению уровня технологической поддержки сайта. Однако веб-страницы муниципальных краеведческих музеев могут сравниться с областными при должном внимании. Особенно, если у руководства музея есть желание повысить его статус.

Тотемское музейное объединение – один из крупнейших музейных комплексов Вологодской области и Северо-Запада. В состав входит 8 музеев, в рамках которых проводится более 30 выставок в год. Сотрудники музея посещают конференцию «АДИТ» и фестиваль «Интермузей» и активно занимаются проведением на своей базе научно-практических конференций, семинаров и школ всероссийского уровня. В 2019 году их «Школа музейного развития “За границами столиц”» победила в конкурсе фестиваля «Интермузей» в номинации «Лучший проект, ориентированный на межрегиональное взаимодействие» [6].

Благодаря своей активной деятельности музейное объединение заслуживает областной статус. Однако технологический уровень его официального электронного ресурса на данный момент ему не соответствует.

Сайт Тотемского музейного объединения:

- прозрачен: создает впечатление официального ресурса, содержит необходимую посетителю информацию об организации культуры;
- достаточно эффективен: простой дизайн и удобная навигация позволяют ориентироваться на сайте, можно найти нужную информацию (поиск по новостям);
- поддерживается: новостная лента регулярно обновляется;
- доступен: хорошо отображается на разных платформах и браузерах, есть кнопка перехода на версию для слабовидящих (на нижней панели);
- недостаточно ориентирован на пользователя: нет интерактивных элементов, но имеет баннер Госуслуг «Решаем вместе»;
- не реактивен, но имеет ссылки на социальные сети;
- не многоязычен, но адаптирован под автоматический перевод;
- совместим с сайтами культуры (Коллекции.Онлайн) и муниципальными и государственными электронными ресурсами;
- не соответствует критерию управляемости, так как нет ссылок на документы о защите прав пользователей и владельцев информации;
- сохранен и защищен от несанкционированного доступа;

- дизайн не соответствует технологическому уровню последних 5 лет, обновлен в 2020 году, некоторые элементы выглядели лучше в прошлой версии сайта 2018 года (контакты и адрес на нижней панели, социальные сети и поиск на шапке сайта).

Главная страница сайта имеет структуру из двух лент: основной новостной и второстепенной проектной. Под логотипом музея располагается верхнее меню с разделами, содержащими основную информацию о музейном объединении. На главной странице этих данных нет. Также отсутствуют мультимедийные блоки с анонсами и текущими выставками. На правой ленте представлены проекты музея и его партнеров, ссылки на оценку качества и социальные сети. В верхней части ленты располагается баннер перехода на страницу афиши, который сливается с проектными из-за яркого цветового решения, не соответствующего стилистике музейного сайта.

На электронном ресурсе прослеживаются зачатки общего стиля, минималистичного и удобного для восприятия информации, но его необходимо наполнить содержанием и переработать под блочную структуру в виде одной ленты. Главную страницу стоит поделить на следующие блоки и баннеры: основная информация о музейном объединении, его филиалы, часы работы, покупка билетов или заказ экскурсий, анонсы мероприятий, текущие выставки, программы. Новости не должны занимать большую часть страницы. Их стоит вынести в отдельный раздел, а несколько последних сводок выводить в новостном блоке на главной странице. Текст следует отформатировать: изменить шрифт, выровнять его размер и визуально разделить по филиалам в разделе «Посетителю». Баннеры проектов можно перенести в середину или конец страницы, а версию для слабовидящих и ссылки на социальные сети – на шапку сайта. Раздел «Коллекции» также стоит доработать: подстроить изображения под один формат, выровнять текстовый блок, увеличить размер этикетаж и т.д. Важно добавить в раздел с официальными документами недостающие.

На данный момент сайт Тотемского музейного объединения не соответствует качеству большинства представленных сайтов областных музеев краеведения, что заметно с главной страницы. При получении более высокого статуса музеем стоит обновить сайт до более актуального уровня веб-разработки.

Заключение

Сайт – это «визитная карточка» современного музея, которая дает пользователям общую и актуальную информацию об учреждении. Его ведение и своевременное обновление повышает эффективность работы музея. Поддержка веб-сайта требует должного уровня финансирования и наличия в штате квалифицированных сотрудников. С 2020 года становится заметным обновление многих областных электронных ресурсов и появление новых, но лишь часть из них соответствует современному уровню веб-разработки.

В статье был проведен сравнительный анализ 13 сайтов областных музеев краеведения: Кировского, Самарского, Ростовского, Свердловского, Саратовского, Воронежского, Ульяновского, Тамбовского, Липецкого, Иркутского, Курганского, Магаданского и Амурского. Музейные учреждения данного профиля и их страницы часто сталкиваются с проблемами технологической поддержки и информационного продвижения. В данной работе были использованы следующие принципы оценки качества: прозрачность, эффективность, поддержка, доступность, ориентация на пользователя, реактивность, многоязычие, совместимость, управляемость, сохранность и актуальность визуальных решений.

Проведенный анализ показал, что большинство сайтов выбранных музеев хорошо справляются со своими функциями: они содержат всю необходимую информацию, удобны в использовании и доступны для лиц с ограниченными возможностями. Однако каждый из них имеет недостатки и недоработки, которые можно исправить в последующих обновлениях. Многим музеям стоит поработать над улучшением визуальных и структурных элементов.

Результаты данной работы будут полезны не только упомянутым музейным учреждениям, но и историко-краеведческим музеям, которые хотят получить областной статус. На примере сайта Тотемского музейного объединения были рассмотрены возможные проблемы электронных страниц муниципальных музеев и рекомендации для их будущих обновлений. Ему стоит изменить структуру сайта и главной страницы, дополнить и отформатировать содержание.

Список источников

1. *Гендина Н.И., Колкова Н.И., Алдохина О.И.* Создание эффективного официального сайта объекта культуры: от эмпирики к разработке и реализации научно обоснованной концепции // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2010. № 12. С. 87–104.

2. *Самаковская О.В.* Моделирование контента сайта музея (на примере этнографических музеев и музеев-заповедников) // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2010. № 12. С. 76–86.

3. Методические рекомендации по созданию и эксплуатации сайтов и порталов учреждений культуры музейного типа. URL: http://e-books.arts-museum.ru/site_method/index.html. (Дата обращения: 10.11.2024).

4. Принципы качества веб-сайтов по культуре: Руководство. М.: МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006. 61 с.

5. *Тончий И.В.* Официальный сайт музея: критерии оценки сайта и их апробация на примере портала Челябинского государственного историко-культурного заповедника «Аркаим» // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 27-36.

6. Современность // Тотемское музейное объединение. URL: <https://totmamuz.ru/now/>. (Дата обращения: 10.11.2024).

References

1. *Gendina N.I., Kolkova N.I., Aldokhina O.I.* Creation of an effective official site of a cultural object: from empirics to the development and implementation of a scientifically based concept // Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts. 2010. T. 12. S. 87-104.

2. *Samakovskaya O.V.* Modeling the content of the museum's website (using the example of ethno-graphic museums and museum reserves) // Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts. 2010. T. 12. S. 76-86.

3. Methodological recommendations for the creation and operation of sites and portals of museum-type cultural institutions. URL: http://e-books.arts-museum.ru/site_method/index.html. (Data obrashcheniya: 10.11.2024).

4. Principles of quality of cultural websites: Moscow: UNESCO WFP NGO "Information for all", 2006. 61 s.

5. *Topchy I.V.* The official website of the museum: criteria for evaluating the site and their testing on the example of the portal of the Chelyabinsk State Historical and cultural monument "Arkaim" // Sign: problematic field of media education. 2021. T. 3 (41). S. 27-36.

6. Modernity // Totem Museum Association. URL: <https://totmamuz.ru/now/>. (Data obrashcheniya: 10.11.2024).