

## **Рецензия**

На пилотажное исследование контента официальных сайтов 60-ти государственных и муниципальных музеев РФ, проведенное НИИ информационных технологий социальной сферы и кафедрой музейного дела Кемеровского государственного института культуры.

Рецензируемое исследование проведено в период с июля 2021 г. по январь 2022 гг. в научно-исследовательском институте информационных технологий социальной сферы ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры» (НИИ ИТ СС КемГИК). Целью исследования стал анализ контента виртуальных представительств музеев с позиций пользовательско-ориентированного подхода в условиях единого электронного информационного пространства. Базой исследования выступили официальные сайты 60-ти музеев России, среди которых сайты 24 федеральных музеев, 27 музеев субъектов РФ и 9 муниципальных музеев. Музеи также распределены по профилю. Среди прочих самую многочисленную группу составили исторические (историко-культурные, историко-архитектурные, военно-исторические), а также комплексные (краевые, областные краеведческие) музеи.

Актуальность настоящего исследования сложно переоценить: в современных условиях динамично меняющегося мира и конкуренции с интернетом музеям приходится доказывать свою готовность к обновлению и отказу от архаичных форм работы. А в условиях вынужденной изоляции, миллионы граждан именно за счет музейных сайтов смогли удовлетворить свои культурно-познавательные потребности.

В ходе исследования анализировались различные виды виртуальных представительств музеев: официальные сайты, представительства в социальных сетях, каналы на видео- и фотохостингах, а также блоги на различных платформах.

Основное внимание в исследовании уделялось экспертному анализу главной страницы каждого из 60-ти музейных сайтов, с целью выявления названий разделов, на которые делится контент сайта.

Проведенное исследование позволило выявить такие основные проблемы как: отсутствие единобразия к определению количества и состава рубрик, структурирующих контент сайта; отсутствие единобразия в наполнении одинаковых рубрик на разных музейных сайтах; «скрытность» информации об основных видах деятельности музея, предусмотренных ФЗ

«О Музейном фонде РФ и музеях в РФ»; недостаточная разработанность средств навигации и поиска информации на музейных сайтах. В результате исследования также определены две группы недостатков в профессиональной подготовке музейных работников, которые негативно влияют на качество контента музейных сайтов: 1) дефицит профессиональных компетенций в сфере музейного дела; 2) дефицит цифровых-компетенций.

В целом авторы исследования ставят актуальную проблему: наполнение музейных сайтов и, совершенно справедливо, в заключительной части указывают на необходимость проведения целенаправленных исследований эффективности различных видов виртуальных представительств музеев с учетом их типологических особенностей.

Рецензируемое пилотажное исследование продемонстрировало высокую работоспособность разработанной в НИИ информационных технологий социальной сферы КемГИК методики анализа контента музейных сайтов, поэтому считаем целесообразным ее использование для проведения будущих исследований в данной сфере.

Полагаем, что в базу дальнейших исследований было бы не лишним включить виртуальные представительства различных ведомственных музеев (вузовские, музеи НИИ и т.д.). К сожалению, такие музеи нередко остаются за пределами музейных исследований, несмотря на то, что имеют схожие проблемы.

Для большей информативности о профессиональной подготовке музейных специалистов в сфере ИКТ, на наш взгляд, отдельным блоком дальнейших исследований может стать организационная структура музея: наличие специальных подразделений, занимающихся созданием и ведением музейного сайта, представительств в социальных сетях и т.д., уровень подготовки специалистов, наличие регламентирующих документов, таких как контент-план и другие. В этом случае представляется обоснованным проведение сравнительного анализа музеев, распределенных по организационно-правовой форме и подчиненности.

При изучении информации о коллекциях на сайтах музеев, возможно, стоит обратить внимание на наличие ссылок на представительство музея в Госкаталоге музейного фонда РФ.

С позиции пользовательски-ориентированного подхода, возможно, стоит в ходе дальнейших исследований обратить внимание на состав посетителей музейных сайтов, проанализировать поисковые запросы на сайтах. Также отдельное исследование может быть посвящено изучению

степени конвертации посетителей музеиных виртуальных представительств в реальных посетителей музея.

Рецензент

### **Старший научный сотрудник,**

Зав лабораторией камеральной и цифровой обработки,

#### учета и хранения археологических коллекций

ФГБУН Институт истории материальной культуры Российской академии наук,

Доцент кафедры «Музейное дело и охрана памятников историко-культурного наследия»  
Севастопольского государственного университета,

Доцент кафедры музеологии и культурного наследия Санкт-Петербургского государственного института культуры

член международного совета музеев (ИКОМ),  
кандидат культурологии

А.Ф. Покровская

