

АУДИТ САЙТОВ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ

WEBSITES AUDIT OF THE CULTURAL INSTITUTIONS

O. Samakovskaya

Summary. The article deals with the official websites of cultural institutions as objects of verification of compliance of their content with the requirements of Russian legislation. Criteria and indicators for the audit of the content of official websites of cultural institutions are given. The obtained results can be used in the creation and modernization of the cultural sites, as well as in the development of an internal audit plan for the site of the cultural institution.

Keywords: cultural institutions sites, website audit, informatization, information and communication technologies, digital content, content of official sites.

Самаковская Олеся Валериевна

К.культурологии, доцент, ФГБОУ ВО «Кемеровский
государственный институт культуры»
Olesya_20032003@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются официальные сайты учреждений культуры как объекты проверки на соответствие их контента требованиям российского законодательства. Приводятся критерии и показатели аудита контента официальных сайтов учреждений культуры. Полученные результаты могут быть использованы при проектировании и модернизации сайтов в области культуры, а также при разработке плана внутреннего аудита сайта конкретного учреждения.

Ключевые слова: сайты учреждений культуры, аудит сайтов, информатизация, информационно-коммуникационные технологии, цифровой контент, контент официальных сайтов.

В условиях информатизации общества на современные учреждения культуры возложена миссия формирования и укрепления отечественной культуры, в том числе и в электронной информационной среде. Сайты учреждений культуры становятся все более мощным средством обеспечения доступа к культурному наследию и информационным ресурсам широкого круга пользователей. Но сегодня официальный сайт учреждения культуры — это не только потребность современного общества, но и государственное требование. В связи с этим особую ответственность несут разработчики сайтов учреждений культуры, которые должны владеть не только знаниями программно-технической реализации, но и надежными знаниями и умениями в сфере разработки контента (содержания) сайтов, учитывая специфику учреждения.

Официальный сайт учреждения культуры — это официальное представительство учреждения (организации) сферы культуры в Интернет-пространстве в виде информационного ресурса, содержащего логически завершенную, полную, хорошо структурированную, достоверную и своевременную (актуальную) информацию, которая в пределах полномочий собственника сайта подлежит распространению в целях развития его официальных деловых отношений и не является предметом правовых и этических нарушений [6]. Причисление сайта учреждения культуры к категории «официальный» означает, что при его разработке в первую очередь необходимо учитывать требования федерального и регионального законодательства РФ. Следует иметь в виду, что невыполнение требований законодательства является нарушением, ответственность за которое несет первый руководитель учреждения.

В нормативно-технической документации определение понятия *Аудит* включает такие процессы, как «проверка», «изучение», «объективное оценивание» продуктов с целью установления соответствия запланированным показателям или установленным требованиям. Термин *Аудит официального сайта учреждения культуры* отсутствует и в контексте рассматриваемых задач может трактоваться как анализ сайта на предмет технической надежности, удобства пользования, соответствия его контента требованиям российского законодательства, а также требованиям его целевой аудитории. При этом целью аудита сайта является выявление проблем, недочетов, несоответствий и причин их возникновения, а также получение рекомендаций по повышению эффективности работы сайта.

Аудит сайта может быть *внешним* или *внутренним*. Внешний аудит — это аудит, проводимый второй или третьей стороной. Исполнение требований к сайтам учреждений культуры контролируют уполномоченные органы в сфере культуры. Внутренний аудит — это аудит, проводимый для внутренних целей обычно самой организацией (первой стороной) или от ее имени [2]. Для предотвращения нарушений требований законодательства и оптимизации работы сайта учреждению культуры следует с определенной периодичностью проводить внутренний аудит своего ресурса.

Анализ профессиональной литературы позволил выявить основные виды аудитов сайтов (см.табл.1). Следует отметить, нормативные требования российского законодательства, применимые к официальным сайтам учреждений культуры, касаются только их информаци-

Таблица 1. Виды аудитов сайтов

	Вид аудита сайта	Характеристика	Бесплатные сервисы проверки
Ком- плекс- ный аудит	Технический аудит	Анализ технической составляющей сайта на предмет критических ошибок, связанных с работой программного кода веб-страниц сайта или хостинга.	W3C Markup Validation Service: https://validator.w3.org
	Поисковый аудит (SEO-аудит)	Процедура оценки сайта, нацеленная на поиск критических ошибок, снижающих эффективность продвижения в поисковых системах.	Google Search Console: https://search.google.com/search-console/about Яндекс Вебмастер: https://webmaster.yandex.ru/welcome/
	Аудит юзабилити (Usability-аудит)	Анализ сайта на предмет удобства пользования им. Основные задачи юзабилити заключаются в создании понятного и удобного для просмотра, изучения и навигации сайта.	PageSpeed Insights: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/ Lighthouse: https://developers.google.com/web/tools/lighthouse
	Маркетинговый аудит	Оценка сайта на предмет его эффективности и соответствия маркетинговым целям и задачам.	Google Аналитика: https://developers.google.com/analytics Яндекс Метрика: https://metrika.yandex.ru/
	Аудит безопасности	Проверка сайта на уязвимости: ряд процедур, нацеленных на обеспечение стабильной работы веб-ресурса, безопасности данных и снижения рисков.	Rescan.Pro: https://rescan.pro/
	Аудит контента	Подробный анализ информационного наполнения сайта на предмет его соответствия требованиям российского законодательства в зависимости от направления деятельности учреждения.	отсутствуют

онного наполнения (аудит контента). Остальные разновидности аудитов носят рекомендательный характер и могут выполняться с целью улучшения работы электронного ресурса.

Как видно из таблицы (см.табл.1), комплексный аудит предполагает всесторонний анализ ресурса.

Технический аудит проводится с целью обнаружения проблемных мест в программном коде сайта. Как правило, этим занимаются специалисты — программисты, администраторы сайтов. Но можно и без специальной подготовки проверить сайт на наличие ошибок в специальных бесплатных сервисах, например, в W3C Markup Validation Service.

Поисковый аудит связан с анализом и продвижением сайта в базе данных поисковых систем. Результаты аудита позволяют определить видимость сайта в поисковых системах, оценить показатели веса сайта (определение «авторитетности» сайта с учетом качественной характеристики ссылок на него с других сайтов), проводить отслеживание информации по поисковым запросам и ключевым словам, участвовать в рейтинге поисковых запросов, рейтинге упоминаемости учреждения в Интернете (по отношению к другим) и прочее. Среди бесплатных сервисов поисковых

систем можно выделить Google Search Console и Яндекс Вебмастер.

При аудите юзабилити анализируются такие параметры, как оформление сайта (цветовая палитра, удобочитаемый шрифт, формы и способы представления информации), адаптация сайта под мобильные устройства, расположение конверсионных элементов страницы, наличие логотипа, фавикона и прочее. Например, проверить корректно ли отображается сайт на мобильных устройствах можно с помощью бесплатного сервиса PageSpeed Insights.

Объектами маркетингового аудита выступают преимущественно коммерческие сайты, а не сайты государственных учреждений. Однако, в ходе данного вида аудита анализируется целевая аудитория сайта. Результаты такого анализа, безусловно, необходимы и для учреждений культуры. Мониторинг аудитории сайта позволяет определить:

- ◆ совокупную аудиторию сайта и ее динамику,
- ◆ активность посетителей за определенный период и динамику активности в сравнении с предыдущими периодами,
- ◆ рейтинг поисковых запросов,
- ◆ глубину и время просмотра сайта посетителями,
- ◆ структуру переходов на различные страницы,

Таблица 2. Критерии и показатели аудита контента официальных сайтов учреждений культуры

№ п/п	Критерий	Показатель
1	Наличие основной официальной информации об учреждении	Полное и сокращенное название Дата создания, учредитель Место нахождения, почтовый адрес и схема проезда Режим и график работы Контакты (телефоны, адреса электронной почты); Структура и органы управления, ФИО и должности руководящего состава, структурных подразделений и филиалов
2	Наличие копий документов	Устав Учредительные документы Лицензии (при наличии) Приказы, устанавливающих цены на услуги. Планы финансово-хозяйственной деятельности Планы мероприятий Отчеты о выполнении государственного (муниципального) задания и результатах деятельности
3	Наличие информации об услугах	Виды предоставляемых услуг (основные и дополнительные) с указанием их стоимости Информация о материально-техническом обеспечении предоставления услуг
4	Наличие информации о проводимых мероприятиях	Информация о предстоящих выставках, экспозициях, конференциях, семинарах, праздничных мероприятиях и т.п.
5	Порядок оценки качества работы учреждения	Результаты независимой оценки качества оказания услуг План по улучшению качества работы организации
6	Своевременное обновление информации	Размещение и обновление обязательной информации в течение 10 рабочих дней со дня ее создания, получения или внесения соответствующих изменений; Размещение обновленных документов, устранение устаревших документов
7	Корректное отображение и размещение информации	Правильность оформления таблиц Возможность скачивания документов
8	Наличие основного функционала на сайте (сервисов)	Поиск (строка поиска по сайту) Карта сайта (интерактивное содержание всего сайта) Форма обратной связи Версия сайта для слабовидящих Мобильная версия сайта Электронные каталоги, тематические базы данных Онлайн-опросы
9	Согласие пользователя сайта на обработку его персональных данных	При проведении опросов, анкетировании, оформлении подписок, онлайн-покупок, заполнении формы обратной связи необходимо: размещение текста согласия на обработку персональных данных размещение кнопки «Даю согласие на обработку персональных данных»
10	Наличие познавательной для пользователя информации в «не скучном» формате	Видео Аудиозаписи Онлайн-трансляции Виртуальные экскурсии Интерактивные карты Фотопанорамы
11	Отсутствие пустых разделов на сайте	Все ссылки в меню должны быть активными

- ◆ географию посетителей по России и странам мира,
- ◆ интересы посетителей сайта и др.

Аудит безопасности заключается в определении достаточности защищенности сайта от несанкционированного вмешательства. В ходе его можно провести диагностику сайта на наличие вирусов, вредоносных скриптов и попыток взломов. Объектами данного вида аудита в основном являются коммерческие организации, связанные с финансовыми операциями.

Цель аудита контента — выявление недочетов, ошибок и проблем, которые приводят к нарушениям действующих регламентов в отношении информационного наполнения официальных сайтов. Стоит отметить, что данный вид аудита не подлежит автоматизации, он проводится экспертами. Внутренний аудит проводится специалистами конкретного учреждения культуры, ответственными за сайт. По результатам внутреннего аудита в учреждении разрабатывается План мероприятий по устранению несоответствий, нацеленный на улучшение качества работы сайта.

В результате анализа нормативно-правовых актов в сфере Интернет-ресурсов (см. Приложение 1), учебной [2,3] и методической литературы [4], определены показатели, характеризующие основные критерии аудита контента сайтов учреждений культуры (см. табл. 2).

Таким образом, независимо от типа учреждений культуры есть информация, которая должна быть представлена на их официальных сайтах. Это связано с реализацией принципа информационной открытости сведений об учреждении и права граждан на информацию. К таким сведениям относятся: основная информация об учреждении, наличие копий конкретных документов (учредительных, финансовых, плановых, отчетных), информация об услугах и проводимых мероприятиях. Также на федеральном уровне установлены требования к своевременному обновлению и корректному отображению информации, порядку оценки качества работы учреждения, обработке и размещению персональных данных пользователей. При проведении внутреннего аудита целесообразно осуществлять проверку контента сайта не только на соответствие требованиям нормативных документов, а также на отражение функций учреждения и удовлетворение требований всех категорий пользователей [2].

В заключение отметим, содержательная часть официального сайта учреждения культуры не ограничивается «обязательной» информацией, регламентированной законодательными документами. Вопрос о том, какой контент должен быть представлен на сайте учреждения культуры, с тем, чтобы сайт представлял собой каче-

ственный информационный ресурс, требует концептуального осмысления. В Кемеровском государственном институте культуры разработана концепция создания контента официального сайта в сфере культуры, отраженная в учебной литературе [2,3], в сборнике научных трудов [6]. Представленные в концепции подходы к разработке и последующей проверке контента официального сайта учреждений культуры полностью согласуются с документами, принятым на международном уровне в рамках проекта MINERVA [1,5].

Приложение 1

Нормативно-правовые акты, устанавливающие требования к сайтам учреждений культуры

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам проведения независимой оценки качества оказания услуг организациями в сфере культуры, социального обслуживания, охраны здоровья и образования: федер. закон от 21 июля 2014 N256-ФЗ ред. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов: федер. закон от 01 декабря 2014 N419-ФЗ Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. О персональных данных: федер. закон от 27 июля 2006 № 152-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федер. закон от 27 июля 2006 N149-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Об утверждении Перечня дополнительной необходимой и достоверной информации, предоставляемой гражданам — потребителям услуг о деятельности учреждений культуры, подведомственных Министерству культуры Российской Федерации: приказ Минкультуры России от 06 августа 2013 № 1091. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры: приказ Минкультуры России от 22 ноября 2016 г. № 2542. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. Об утверждении требований к содержанию и форме предоставления информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов

местного самоуправления и организаций культуры в сети «Интернет»: приказ Минкультуры России от 20 февраля 2015 г. № 277. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

8. Основы законодательства Российской Федерации о культуре: федер. закон от 09 октября 1992 № 3612–1-ФЗ ред. от 05.12.2017. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

ЛИТЕРАТУРА

1. Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем. Рекомендации [Электронный ресурс]/ под редакцией рабочей группы проекта MINERVA ЕС «Качество, доступность и удобство работы». — Электрон.дан. — Режим доступа: <http://www.ifarcom.ru/ru/news/1046/?returnto=0&n=1>. — Загл. с экрана
2. Информационное обеспечение автоматизированных библиотечно-информационных систем [Текст]: учебник / Н. И. Колкова, И. Л. Скипор; Кемерово.гос. ин-т культуры. — Кемерово: Кемерово.гос.ин-т культуры, 2018. — 356 с.
3. Колкова Н. И. Технологии создания электронных информационных ресурсов [Текст]: учеб. пособие/ Н. И. Колкова, И. Л. Скипор. — Москва: Литера, 2013. — 360 с.
4. Методические рекомендации по созданию и эксплуатации сайтов и порталов учреждений культуры музейного типа [Электронный ресурс]: метод. рек. / Гос. музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина. — Москва, 2017. — 80 с. — Электрон.дан. — Режим доступа: http://e-books.arts-museum.ru/site_method. — Загл. с экрана
5. Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство [Электронный ресурс]/ под ред. Пятой рабочей группы проекта Minerva «Определение потребностей пользователей, содержания и критериев качества веб-сайтов по культуре». — Москва, 2006. — 62 с. — Электрон.дан. — Режим доступа: http://www.ifarcom.ru/files/publications/Kachestvo_websaitov_po_kulture.pdf. — Загл. с экрана
6. Создание официальных сайтов учреждений культуры и образования: теория и практика [Текст]: сборник научных трудов / науч. ред.: проф. Н. И. Гендина; доц. Н. И. Колкова. — Санкт-Петербург: Профессия, 2015. — 384 с.

© Самаковская Олеся Валериевна (Olesya_20032003@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Кемеровский государственный институт культуры