

ОСОБЕННОСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДЫ ДЛЯ ИМИДЖЕВОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

А. Е. Шифрин,

*руководитель интернет-портала Белорусской государственной академии искусств, соискатель
ученой степени кандидата искусствоведения*

В начале XXI в. для каждой страны становится все более актуальным целенаправленное формирование собственного имиджа через художественную культуру средствами информационных (компьютерных) технологий, особенно с использованием возможностей глобальной сети Интернет.

Актуальность данной проблемы подтверждается запросами со стороны государства по разработке инструментария для обеспечения конкурентного развития, а также научных подходов к имиджевому позиционированию и необходимостью создания на их основе конкретной инновационной наукоемкой продукции, обеспечивающей представление художественной культуры Беларуси средствами современных инновационных технологий. В числе задач, инициировавших такие запросы, – необходимость проектирования информационного ресурса, ориентированного на распространение информации имиджевой направленности о современной городской художественной культуре Беларуси в глобальной компьютерной сети Интернет.

Интернетом пользуются примерно 2 500 000 000 человек, что составляет около 35% всех жителей земли. Согласно данным веб-мониторинговой компании Netcraft, по состоянию на декабрь 2012 г. в Интернете работали 633 706 564 сайта и персональных блога. Количество видеороликов на самом популярном видеохостинге YouTube – более 120 000 000. Более 800 млн уникальных пользователей посещают YouTube каждый месяц и просматривают более 4 млрд часов видео.

Даже эта краткая статистическая справка весьма наглядно демонстрирует, с одной стороны, возможности Интернета, а с другой – сложность как эффективного представления информации, так и поиска требуемой информации, что свидетельствует о высокой значимости исследования особенностей глобальной сети

Интернет как среды для имиджевого позиционирования художественной культуры.

С целью исследования коммуникативного аспекта проектирования в глобальной сети Интернет информационного ресурса имиджевой направленности о современном искусстве г. Минска XXI в. проводился тематический мониторинг сети Интернет. В качестве позиций для продвижения ресурса были выбраны следующие ключевые термины и понятия: балет, галерея, графика, декоративно-прикладное искусство, джаз, живопись, искусство, культура, музей, музыка, оперный театр, пейзаж, песня, симфония, скульптура, театр, театр драматический, театр кукол, театр оперетты, театр оперы и балета, фестиваль, фотоискусство.

Мониторинг проводился с использованием инструментария крупнейшего поискового сервера Google для всех языков и по всем странам.

Исследование представления в Интернете мировой художественной культуры, художественной культуры Беларуси и художественной культуры г. Минска выполнялось по трем направлениям: сравнительный анализ представительства, сравнительный анализ востребованности, сравнительный анализ относительной эффективности. Все замеры выполнялись по трем группам: задавалось только ключевое слово; задавалось ключевое слово + *Беларусь*; задавалось ключевое слово + *Минск*. Измерения проводились в течение 45 дней. Замеры выполнялись три раза, через каждые 15 дней, затем вычислялось среднее арифметическое по каждой позиции для каждой группы. На основании полученных результатов внутри каждой группы были рассчитаны процентные отношения. За 100% принимался наиболее представленный термин для соответствующей группы.

На первом этапе исследования был проведен сравнительный анализ *представительства* в Интернете мировой художественной культуры, художественной культуры Беларуси и художественной культуры г. Минска (табл. 1).

Таблица 1

Представительство художественной культуры, %

Ключевые термины и понятия	Только ключевое слово	Ключевое слово+ <i>Беларусь</i>	Ключевое слово+ <i>Минск</i>
----------------------------	-----------------------	---------------------------------	------------------------------

Балет	0,094	0,552	3,073
Галерея	41,789	4,157	33,097
Графика	0,134	1,478	10,898
Декоративно-прикладное искусство	0,013	0,032	0,364
Джаз	4,804	0,647	5,319
Живопись	0,205	0,587	5,414
Искусство	30,270	5,866	44,681
Культура	9,191	100,000	79,196
Музей	4,792	2,771	4,988
Музыка	12,194	11,547	100,000
Оперный театр	1,238	0,073	0,293
Пейзаж	0,135	0,289	3,404
Песня	0,876	2,494	6,028
Симфония	0,039	0,098	1,012
Скульптура	1,017	0,460	5,792
Театр	3,536	1,767	9,574
Театр драматический	1,544	0,119	1,031
Театр кукол	0,011	0,055	0,070
Театр музыкальной комедии	0,007	0,064	0,922
Театр оперы и балета	0,010	0,064	0,265
Фестиваль	7,598	2,028	20,378
Фотоискусство	100,000	8,776	47,518

На втором этапе исследования был проведен сравнительный анализ *востребованности* в Интернете мировой художественной культуры, художественной культуры Беларуси и художественной культуры г. Минска (табл. 2).

Таблица 2

Востребованность художественной культуры, %

Ключевые термины и понятия	Только ключевое слово	Ключевое слово+Беларусь	Ключевое слово+Минск
Балет	1,475	4,815	29,730
Галерея	2,696	0,617	6,757
Графика	4,020	0,000	0,000
Декоративно-прикладное искусство	0,022	0,716	0,000
Джаз	1,475	0,123	4,865
Живопись	2,696	0,272	0,000
Искусство	3,299	16,049	6,757

Культура	0,243	100,000	12,838
Музей	4,034	23,457	44,595
Музыка	66,667	16,049	6,757
Оперный театр	0,444	66,667	0,000
Пейзаж	0,985	1,728	0,000
Песня	100,000	44,444	0,743
Симфония	0,662	0,000	0,000
Скульптура	0,662	2,593	0,068
Театр	7,353	7,284	100,000
Театр драматический	0,444	3,210	2,635
Театр кукол	0,243	2,099	4,865
Театр музыкальной комедии	0,032	0,272	4,865
Театр оперы и балета	0,297	3,951	24,324
Фестиваль	1,206	1,111	0,270
Фотоискусство	0,012	0,000	0,000

На третьем этапе исследования был проведен сравнительный анализ относительной *эффективности* представления в Интернете мировой художественной культуры, художественной культуры Беларуси и художественной культуры г. Минска (табл. 3). Относительная эффективность определялась через соотношение востребованности к представительству.

Таблица 3

Эффективность представления художественной культуры, %

Ключевые термины и понятия	Только ключевое слово	Ключевое слово+Беларусь	Ключевое слово+Минск
Фотоискусство	0,00001	0,00000	0,00000
Фестиваль	0,01984	0,00103	0,00046
Театр оперы и балета	3,68902	0,11594	3,21429
Театр музыкальной комедии	0,61682	0,00789	0,18462
Театр кукол	2,64706	0,07083	2,44068
Театр драматический	0,03591	0,05058	0,08945
Театр	0,25997	0,00771	0,36543
Скульптура	0,08133	0,01055	0,00041
Симфония	2,09627	0,00000	0,00000
Песня	14,26573	0,03333	0,00431
Пейзаж	0,90950	0,01120	0,00000

Оперный театр	0,04480	1,70886	0,00000
Музыка	0,68342	0,00260	0,00236
Музей	0,10524	0,01583	0,31280
Культура	0,00330	0,00187	0,00567
Искусство	0,01362	0,00512	0,00529
Живопись	1,64179	0,00087	0,00000
Джаз	0,03839	0,00036	0,03200
Декоративно-прикладное искусство	0,20370	0,04143	0,00000
Графика	3,76147	0,00000	0,00000
Галерея	0,00806	0,00028	0,00714
Балет	1,96732	0,01632	0,33846

Анализ особенностей сети Интернет показал не только позитивное отношение к культуре и искусству, но и существующие нерешенные проблемы представления в интернет-пространстве художественной культуры г. Минска.

Современное положение дел в данной области характеризуется противоречием между запросами и приоритетами потребителей артефактов искусства, с одной стороны, и предоставленными в интернет-пространстве предложениями в сфере художественной культуры, с другой стороны.

Разрешение этого противоречия лежит в разработке комплекса мер, обеспечивающих повышение эффективности представления в глобальной сети Интернет современной художественной культуры г. Минска в целом и, как следствие, мотивирующих на потребление оригинальных художественных артефактов.

Проведенные исследования показали, что наиболее целесообразно представление структуры контента в качестве отображения в виртуальной реальности сети Интернет «среды бытования» современной художественной культуры г. Минска, в рамках концепции «центра доверия» (аналог «лидера мнения», согласно модели П. Лазарсфельда), через который будут распространяться идеи ее имиджевого позиционирования. Результаты исследования используются в настоящее время при проектировании интернет-ресурса о современном искусстве Беларуси в УО «Белорусская государственная академия искусств».