

самым превосходить своими исследованиями будущее человечества. Захотим ли мы сделать ее научной дисциплиной, или же согласимся на ее роль практически бесполезного дискурса на разные житейские темы? Вот главный вопрос. Ведь ни один из социальных прогнозов, разработанных отечественными и зарубежными исследователями, а подавляющее большинство из них были оптимистичными, так и не подтвердился. Социальная практика решительно разошлась с прогнозами обществоведов.

Но есть и другой вариант: возможно, следовало бы создать и ввести в учебные программы УВО философскую дисциплину под названием «Философия истории» с понятным, исходя из самого названия, кругом вопросов и проблем, исследованием которых она должна была бы заниматься.

1. Момджян, К. Х. О кризисе фрагментации в современной философии / К. Х. Момджян // Этнос, нации, ценности: социально-философские исследования / науч. ред. К. Х. Момджян, А. Ю. Антоновский. – М., 2015. – С. 251–261.

2. Семенов, Ю. И. Философия истории. Общая теория, основные проблемы, идеи и концепции от древности до наших дней / Ю. И. Семенов. – М. : Современные тетради, 2003. – 776 с.

3. Сорокин, П. А. Система социологии / П. А. Сорокин. – Пг. : Колос, 1920. – Т. 1 : Социальная аналитика. – Ч. 1 : Учение о строении простейшего (родового) социального явления. – XIV, [1], 360 с.

УДК [004.774+339.138]:316.74

ВЕБ-САЙТ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

А. В. Амеличкин, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Орловский государственный институт культуры», г. Орел

Аннотация. Сегодня цифровизация сферы культуры привела к тому, что организациям приходится пересматривать особенности взаимодействия с аудиторией. Изобретение новых способов передачи информации, в частности Интернета, сетевых коммуникаций, компьютерных и цифровых технологий, расширяют проблему научных исследований в сфере интернет-маркетинга. Веб-сайт является эффективным коммуникационным инструментом в качестве информационной среды, помогающей наладить взаимодействие с клиентами, партнерами, внутренними контактными

аудиториями, средствами массовой информации, государственными структурами и широкой общественностью.

Ключевые слова: веб-сайт, учреждение культуры, интернет-маркетинг, маркетинговые коммуникации в Интернете.

WEBSITE OF CULTURAL INSTITUTIONS AS A COMMUNICATION TOOL IN INTERNET MARKETING

*A. Amelichkin, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Management
of the Federal State Educational Institution of Higher Education
«Oryol State Institute of Culture», Oryol*

Abstract. The digitalization of the cultural sphere today has led to the fact that organizations have to reconsider the features of interaction with the audience. The invention of new ways of transmitting information, in particular the Internet, network communications, computer and digital technologies, expands the problem of scientific research in the field of Internet marketing. The website is an effective communication tool as an information environment that helps to establish interaction with customers, partners, internal contact audiences, the media, government agencies and the general public.

Keywords: website, cultural institution, Internet marketing, Internet marketing communications.

В современном социально-культурном пространстве наличие веб-сайта у учреждения культуры уже давно является нормой. Связано это с тем, что Интернет, сетевые коммуникации, компьютерные и цифровые технологии настолько прочно вошли в жизнь человека, что без них он не представляет своего существования. Современная же цифровая культура настолько динамично развивается, что конкурентоспособному учреждению культуры уже невозможно существовать без постоянного обновления и редизайна своего веб-сайта. Руководитель учреждения культуры, стремящийся создать эффективный коммуникационный инструмент позиционирования, должен помнить, что затраты на совершенствование веб-сайта обязательно окупятся.

Вопросами создания, размещения и привлечения посетителей на веб-сайт учреждения культуры занимались Е. А. Бутузова, О. А. Подкопаев, О. В. Самаковская, Д. Б. Сугак, М. Устюгова и др.

«Веб-сайт – одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц; также место расположения контента сервера. Обычно сайт в Интернете представляет собой массив связанных данных, имеющий уникальный адрес и воспринимаемый пользователями как единое целое» [3, с. 432].

В эпоху цифровизации сферы культуры веб-сайт учреждения является современным и эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций в Интернете. Веб-сайт – это «очень удобный механизм, который не заменяет, а дополняет и расширяет спектр услуг, оказываемых учреждением культуры своим посетителям» [6, с. 4]. К тому же, в связи с Приказом «Об утверждении требований к содержанию и форме представления 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” независимо от вида деятельности учреждения культуры», существует обязательная информация, которая должна быть представлена на веб-сайте [5, с. 82].

Основными целями создания и использования веб-сайта учреждения культуры является:

- реализация принципа открытости и доступности сведений об учреждении и права получателя услуг на информацию;
- предоставление целевой аудитории оперативной и значимой информации о деятельности организации;
- предоставление доступа посетителей и педагогов к культурно-образовательной среде организации;
- формирование положительного имиджа организации.

Причины, по которым учреждению культуры нужно иметь современный веб-сайт:

- круглосуточная работа портала;
- максимально широкий охват аудитории;
- интерактивность;
- легкая обновляемость;
- эффективный маркетинговый инструмент;
- неограниченное количество информации;
- персональный подход;
- текстовая основа [4, с. 25].

Процесс создания качественного веб-сайта учреждения культуры можно разделить на пять этапов.

1. Разработка технического задания на разработку веб-сайта. Это специальный документ, регламентирующий технические, функциональные и контентные составляющие будущего веб-сайта.

2. Выбор имени веб-сайта. Доменное имя (уникальное наименование ресурса) должно ассоциироваться с организацией, в идеале совпадать с его названием.

3. Проверка доменного имени на занятость. Современные сервисы проверки доменного имени позволяют бесплатно и быстро выяснить, свободен ли домен. Если информация по доменному имени не внесена в

базу сервиса и не выдается в результатах проверки домена, значит, доменное имя свободно и с большой долей вероятности может быть зарегистрировано.

4. Регистрация доменного имени. Выбранное доменное имя необходимо зарегистрировать. Это процедура является платной, ее осуществляет компания-регистраторы.

5. Выбор хостинговой компании. Российские хостинг-компании в настоящее время предлагают качественные услуги по разумным ценам, например, многие бесплатно регистрируют имя сайта при предварительной оплате хостинговых услуг [6, с. 10].

К сожалению, многие учреждения культуры создают свои веб-сайты самостоятельно, не используя профессиональные программы и не привлекая современных IT-специалистов. Связано это, прежде всего, с недостаточным финансированием организаций. Но экономия на веб-сайте может привести к тому, что посетителей отпугнет некачественный дизайн, также на некорректно спроектированных веб-сайтах порой сложно найти необходимую информацию. Напротив, качественно сделанный сайт, имея дружелюбный, понятный интерфейс, привлекает посетителей дизайном и структурой. Поэтому структура, интерфейс, контент и дизайн веб-сайта имеют большое значение в грамотном позиционировании учреждения культуры [2, с. 13].

Таким образом, сегодня учреждения культуры обладают множеством структурных подразделений, работа которых должна быть отражена на веб-сайте. Грамотно разработанный и регулярно наполняемый точной и актуальной информацией веб-сайт является обязательной цифровой коммуникацией для любого учреждения культуры. Веб-сайт – это информационный продукт, для эффективного функционирования которого необходимо его постоянное обновление и совершенствование.

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М. : Дашков и К°, 2020. – 352 с.

2. Амеличкий, А. В. Интернет-промоушн культурно-досуговых программ / А. В. Амеличкин // Духовно-историческое наследие России в театре, кино и фотографии : материалы межрегионального круглого стола / Орлов. гос. ин-т культуры. – Орел, 2020. – С. 13–17.

3. Воройский, Ф. С. Информатика : энциклопедический систематизированный словарь-справочник / Ф. С. Воройский. – М. : Физматлит, 2006. – 945 с.

4. Зинченко, Ю. С. Концептуальные основания проектирования корпоративного издательского сайта : дис. ... канд. филолог. наук : 05.25.03 / Ю. С. Зинченко. – М., 2009. – 214 с.

5. Подкопаев, О. А. Инструменты привлечения посетителей на сайт учреждения культуры / О. А. Подкопаев // Россия и мировое сообщество: проблемы демографии, экологии и здоровья населения : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – 2018. – С. 81–85.

6. Устюгова, М. Сайт учреждения культуры: как создать, что размещать и как привлекать посетителей / М. Устюгова. – М. : Акцион-МЦФЭР, 2020. – 106 с.

УДК 82'42(476)Гарун

ДЫЯЛЕКТЫЧНЫЯ ІДЭІ Ў СВЕТАБАЧАННІ АЛЕСЯ ГАРУНА

А. І. Бабко, кандыдат філасофскіх навук, дацэнт, дацэнт кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін установы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

Анатацыя. Вывучэнне жыцця і творчасці выдатных прадстаўнікоў беларускай нацыянальнай культурнай традыцыі істотным чынам спрыяе яе падтрыманню і развіццю. Алесь Гарун належыць да кола выбітных дзеячаў культуры Беларусі, і даследаванне яго спадчыны таксама мае згаданае высокае прызначэнне. Мэта артыкула – раскрыць месца дыялектычных стратэгий у светабачанні паэта. Хоць задачы, якія паўстаюць пры гэтым, з'яўляюцца досыць спецыяльнымі, іх вырашэнне мае істотнае значэнне ў кантэксце вывучэння ўсяго творчага даробку Алеся Гаруна. Грунтоўны філасофскі складнік прысутнічае ў ім арганічна і неад'емна, таму без яго дэталёвага аналізу нельга глыбока зразумець і растлумачыць творы паэта. У выніку праведзенага даследавання зроблена выснова аб глыбокай прыхільнасці Алеся Гаруна да дыялектычнага мыслення і аб рэалістычным характары дыялектычнай асновы створанай ім мастацка-філасофскай карціны свету.

Ключавыя словы: дыялектычнае мысленне, дыялектычны скачок, рэалістычная дыялектыка, ідэал, самаразвіццё, светабачанне, спекулятыўная дыялектыка, супярэчнасць, трансцэндэнтальная дыялектыка, трыяда, экзістэнцыяльная дыялектыка.

DIALECTIC IDEAS IN ALES GARUN'S WORLDVIEW

A. Babko, PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Sciences and Humanities of the Educational Establishment «The Belarusian State University of Culture and Arts»

Abstract. The study of the life and work of outstanding representatives of our national cultural tradition significantly contributes to its maintenance and development. Ales Garun belongs to the circle of notable figures of Belarusian culture, and the study of his heritage also has the above-mentioned high purpose. The purpose of the article is to reveal the place of dialectical