

Александр Николаевич ВАРЛАМОВ

Якутск, Российская Федерация

Научный сотрудник Института гуманитарных исследований и малочисленных народов Севера СО РАН

Кандидат филологических наук

Маркетинг территории Республика Саха (Якутия) с использованием интернет-технологий. Использование возможностей глобальной сети в сохранении ценной культурной информации

В условиях глобальной информатизации общества степень развития страны сегодня определяют уже не только по запасам природных ресурсов, но и по наличию информационных. Наряду с прочими средствами коммуникации Интернет играет чрезвычайно важную роль в информационном обеспечении территории. Количество и качество интернет-ресурсов, их тематическая подборка и взаимосвязь, а также способность воздействия на потенциальную целевую аудиторию – это основные категории, по которым оценивается успешность региона в информационном пространстве внутри страны и за ее пределами.

Для сравнения приведем несколько цифр, характеризующих степень известности региона Республика Саха в сети Интернет. В национальном сегменте сети Интернет степень известности территории Якутии примерно такая же, как и у субъектов Дальнего Востока, чего не скажешь о мировом информационном пространстве, где Якутия уступает практически всем соседним территориям. Так, символ «Якутия» примерно в 10 раз уступает символу «Камчатка», в 30 раз – известному мировому символу «Байкал», в 100 раз – символу «Сибирь». Довольно известный внутри страны бренд «Алроса» в мировом пространстве известен лишь узкому кругу специалистов. О том, что порядка 50 % добываемых в мире алмазов имеют якутское происхождение, не знает практически никто из зарубежных потребителей ювелирной продукции. Подобные цифры довольно четко характеризуют Якутию как «белое пятно» в мировом информационном пространстве. Естественно, отсутствие информации сказывается и на спросе на наш регион. Показательным в этом отношении является неразвитость въездного туризма в республике Саха – потенциальные потребители турпродукта просто не знают, что такое Якутия.

Рост популярности использования Интернета обусловлен его тотальным проникновением во все сферы деятельности человека, его большой функциональностью, доступностью и демократичностью. Государственные служащие, научные работники, путешественники, специалисты различных отраслей экономики и сфер жизнедеятельности общества по всему миру используют сеть Интернет для поиска необходимой информации.

Интернет-маркетинг территории – это деятельность по созданию электронной информационной среды, продвижению ее составляющих на внешние информационные рынки с целью привлечения ресурсов извне (инвестиций, человеческих ресурсов, развития экспортных отраслей и продвижения товаров). Эта деятельность предполагает предоставление системной структурированной информации для потенциальных потребителей целевых сегментов с использованием технологических возможностей Всемирной сети. Региональный интернет-маркетинг позволяет достичь определенных стратегических целей, обусловленных особенностями, тенденциями и перспективами развития региона в соответствии с нуждами потенциальных потребителей ресурсов территории. Основные стратегические направления интернет-маркетинга осуществляются на уровне местных государственных органов власти.

Интернет-маркетинг может использоваться в целях информационного обеспечения региона не только представителями региональных властей, но и субъектами различных сторон жизнедеятельности общества. Использование интернет-технологий позволяет привлекать инвестиции в стратегически важные отрасли производства и в отдельные проекты; обеспечивает возможность предпринимателям представлять свои товары, услуги и торговые марки на внешнем рынке. Общественные организации также могут продвигать свои идеи на удаленные информационные рынки, воздействовать на широкую целевую аудиторию, находить единомышленников в отдаленных уголках планеты.

Использование технологий Всемирной сети не ограничивается вышеперечисленными сферами. Интернет предоставляет не меньшие возможности для деятельности по сохранению традиционной культуры.

Культурная информация, являющаяся ценной для той или иной территории (региона, страны), также как и информация, относящаяся, например, к бизнесу, может продвигаться на внешние информационные рынки для решения ряда основных задач:

- привлечение заинтересованных участников из сферы науки и образования; представителей общественности, коллег и единомышленников;
- налаживание и поддержание деловых контактов;
- сохранение и популяризация культурной информации (язык, фольклор, традиции и др.);
- продвижение своих идей в массы.

В настоящее время острой является проблема снижения уровня культурного разнообразия в мире. Деятельность ЮНЕСКО, направленная на сохранение нематериального культурного наследия народов мира, оценивается как очень своевременная и необходимая. Для решения указанной проблемы необходимо уделять больше внимания использованию информационных технологий для сохранения языкового разнообразия.

Наиболее оправданными методами решения задач по сохранению языкового разнообразия в информационной среде представляются:

1. Создание проектов по языку и культуре в сети Интернет. Основными направлениями проектов являются образование, наука, общество.

2. Привлечение внимания потенциальной целевой аудитории к создаваемым проектам. Для этого требуется проведение предварительных маркетинговых исследований, способных предоставить информацию о наиболее выгодных сегментах потребительской аудитории, а также способах и стоимости продвижения.

3. Создание системы взаимосвязей разрабатываемых интернет-проектов с целью масштабного охвата аудитории и комплексного представления культурной и прочей информации в сети Интернет.

В качестве примера приведем план мероприятий, способных обеспечить системную деятельность по сохранению культурного наследия народов Якутии в сети Интернет на начальном этапе:

- создание научного электронного издания «Языки и фольклор народов Якутии» (специализированного научного издания со статусом «рецензируемого»);
- создание образовательного ресурса для национальных и кочевых школ (электронные хрестоматии, курсы, тексты для чтения, возможность проведения конкурсов и олимпиад по языку);
- создание образовательного ресурса для студентов заочной формы обучения Арктического государственного института культуры и искусств (материалы спецкурсов по языку и фольклору, электронные тексты и пр.);
- создание интернет-ресурса для лиц, участвующих в сохранении культурного разнообразия (портал эвенкийского народа Ewenki.org).

Отметим, что для обеспечения эффективности описываемой деятельности потребуются продвижение некоторых ресурсов, ориентированных на широкую аудиторию в масштабах страны и за ее пределами. Существующие на сегодня технологические возможности позволяют в полной мере осуществлять системную деятельность по продвижению ресурсов Сети (веб-сайтов, порталов, интернет-проектов) до различных сегментов потребительской аудитории.