



УДК 811

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА РУНЕТА

**М. С. Мыгаль**

*Белгородский  
государственный  
национальный  
исследовательский  
университет*

*e-mail:  
marina.mygal@mail.ru*

В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы бытования социокультурного пространства Рунета.

Ключевые слова: социокультурное пространство, Интернет, веб-сайт, цифровой контент, СМИ.

Социокультурное пространство складывается посредством целенаправленного использования механизмов программирования. Под механизмами программирования мы будем понимать «специфические разнообразные инструменты, которые используются в специализированной предметной области и области деятельности» [7, с. 11]. В исследовании социокультурного пространства мы опираемся на основные механизмы конструирования, которые закладывают основу для функционирования ресурсов культурного сегмента Рунета:

- создание специализированных и узкоспециализированных сайтов;
- создание виртуальных библиотек;
- создание виртуальных музеев;
- размещение информации на смежных сайтах по культурной проблематике;
- перекрестное цитирование;
- включение мультимедиа в контент сайта.

Социокультурное пространство Рунета представляет собой совокупность веб-ресурсов, объединенных культурологической проблематикой. В группу сайтов входят:

- ресурсы о видах искусства (музыка, литература, кино, фотография, театр, танец);
- сайты СМИ, которые наряду с политическими, экономическими, социальными событиями освещают вопросы сферы культуры;
- ресурсы, которые частично относятся к культурной тематике, но способствуют формированию социокультурного пространства (интернет-магазины, торрент-трекеры и другие сайты).

В настоящее время группа сайтов специализируется на обработке данных ресурсов, представленных в Сети. В числе таких сайтов находится alexa.com, занимающийся мониторингом Интернета с начала 1996 года. В настоящее время сервис осуществляет сбор около 1,6 терабайта (1600 гигабайт) веб-контента в день. Согласно данным alexa.com в глобальном соотношении в ТОП-25 сайтов входят поисковые системы (google.ru, yandex.ru), соцсети (facebook.com, twitter.com), порталы (yahoo.com), интернет-магазины (amazon.com) и прочие ресурсы. Статистика посещения сайтов в России имеет свою специфику. К 25 самым популярным сайтам Рунета принадлежат поисковые системы (yandex.ru, rambler.ru), портал (mail.ru), социальные сети (vk.com, odnoklassniki.ru). Однако в числе данных веб-ресурсов оказались сервис, представляющий информацию о кино (kinopoisk.ru) и русскоязычный BitTorrent-трекер, позволяющий найти и скачать практически любой цифровой файл (rutracker.ru). Попадание в число популярных сайтов «Кинопоиска» и «Рутрекера» отражает некоторые особенности состояния культурного сегмента Рунета:

1) в тематическом отношении пользователи активно интересуются индустрией кино и используют кино в качестве основного вида развлечения;



2) в России наблюдается высокий процент скачивания нелегальной продукции через специальные сервисы (следовательно, прослеживается высокий уровень пиратства, нарушение законодательства об авторском праве).

Современный сегмент Рунета представлен более чем 15 000 сайтами культурологического характера. Для облегчения ориентации пользователей в таком объеме информации предприняты некоторые шаги. Отчасти сами веб-сайты в формулировке целей и задач, ключевых компонентов поиска своего ресурса закладывают установки, позволяющие пользователям находить интересующую их информацию. Еще дальше в классификации веб-сайтов продвинулись поисковые системы. Так, Яндекс объединяет сайты в единый каталог, в котором ресурсы подразделяются по ключевым рубрикам. Яндекс выделяет рубрику «Культура» на данные которой, мы опираемся в своем исследовании как на наиболее популярную и объемную систематизацию каталога веб-ресурсов [9, [http](http://)]. В Рамблере популярные сайты расположены в каталоге Топ 100, включающем и рубрику «Культура и искусство».

Исследуя совокупность сайтов культурной тематики, нам представляется целесообразным выделение следующей характерной классификации, отличной от общей классификации веб-ресурсов в зависимости от их назначения:

- электронные библиотеки;
- интернет-магазины;
- информационно-справочные сайты;
- сайты учреждений культуры и их объединений;
- социальные сети, специализирующиеся на отдельных областях культуры и искусства;
- сайты радио-, телевизионных станций и иных СМИ;
- сайты о различных видах искусства;
- персональные странички деятелей культуры, сайты отдельных произведений;
- торрент-трекеры и файлообменники.

Пользователь заходит в Сеть обычно с определенной целью. Опираясь на выше изложенную классификацию, отметим функциональное предназначение обращения к сайтам культурологической тематики:

- поиск информации развлекательного, образовательного, познавательного характера (в эту группу входит текстовая информация, видео- и аудиофайлы, иллюстрации);
- скачивание файлов, обмен цифровым контентом (представленный контент в Сети отличается качеством файлов);
- покупка, продажа товаров и услуг, касающиеся сферы культуры и искусства (в круг товаров входят произведения искусства и массовой культуры, предоставление информационных услуг, заказ билетов на культурные мероприятия с помощью отлаженной системы электронной коммерции);
- предоставление произведений собственного творчества на всеобщее обозрение (актуальное развитие и распространение в Рунете получили не только художественное творчество – лирика, проза, фотография, репродукции произведений живописи и других видов изобразительного искусства, видеофильмы, аудиоматериалы, но и участие в формировании демократического процесса в качестве авторов гражданской журналистики);
- общение, обмен мнениями в среде пользователей (интерактивный компонент в наполнении сайтов важен как предоставление площадки для пользователей – специализированные социальные сети в первую очередь).

Показательный опыт развития социокультурного пространства представлен европейским сообществом. «В основу политических и структурных изменений... все активнее закладываются информационные и коммуникативные технологии, переход к информационному обществу и далее – к обществу знаний» [4, с. 4]. Реализуя культурную программу, европейские государства ориентируются на проект IST (Information Society Technologies – Технологии информационного общества), план мероприятий



«электронной Европы» («e-Europe»), программа «e-Content» по созданию европейских информационных ресурсов по культуре и науке и обеспечения доступа к ним. В конкретном целенаправленном проекте «Minerva» организуется сетевое взаимодействие министерств культуры европейских стран для решения вопросов оцифровки культурного наследия, для обеспечения долговременного доступа и сохранения информации по культуре и науке. Любой сайт по культуре «должен учитывать стратегический маркетинг и удобство работы, включать функциональную графику, предлагать простейшие маршруты доступа к контенту и предлагать услуги, которые могут быть персонализированы для каждого пользователя» [1, с. 10].

В рамках этого проекта «Minerva» разработаны принципы качественного веб-сайта, специализирующего на культурной тематике. К принципам качества разработки относятся следующие параметры:

- прозрачность;
- эффективность;
- поддержка;
- доступность;
- ориентация на пользователей;
- реактивность;
- многоязычность;
- совместимость;
- управляемость;
- сохранность.

Ориентируясь на данные принципы, мы проанализировали несколько сайтов российского сегмента Интернета. Поскольку исследование включает в себя систематическое глубокое изучение веб-ресурсов, мы сосредоточились на анализе 5 сайтов различных групп: библиотека Максима Мошкова (lib.ru), гипермаркет «Озон» (ozon.ru), сайт «Афиша» (afisha.ru), сайт «Страницы московской театральной жизни» (theatre.ru), сайт «Авторadio» (avtoradio.ru). Сразу отметим, что уровень европейских сайтов намного выше уровня сайтов российской зоны Сети. Это отражается в проведении таких принципов как доступность, многоязычность, совместимость, поскольку европейские сайты ориентируются на более широкую аудиторию, чем сайты российского сегмента Интернета.

Свои особенности бытования имеет каждый из исследуемых сайтов. В целом, соблюдая принцип прозрачности, сайты наполняют главную и последующие страницы своего ресурса необходимой информацией (имя, формулировка миссии, название организации, отвечающей за создание и поддержку данного сайта). Высокую эффективность работы сайтов подтверждает их посещаемость и индекс цитируемости. Хорошие показатели выдерживают сайты в отношении поддержки (соответствие политики качества обслуживания) и доступности сайтов (стандарты пользования для аудиторий независимо от их физических ограничений или используемых технологий).

Такие принципы как ориентация на пользователя, реактивность, многоязычность частично находят отражение в деятельности веб-сайтов. Направленность на интересы пользователя осуществляется в согласованности действий между редакцией сайта и аудиторией. Мнение пользователей о том, каким они хотят видеть ресурс, изучается до создания сайта и в процессе преобразования, обновления сайта. Практически на любом ресурсе обязательным компонентом является наличие форума или обратной связи. Однако не все изученные нами сайты используют возможность интерактивности в полной мере. На сайте «Страницы московской театральной жизни» пользователи могут предоставить неопубликованную ранее новость, пользователи крупной радиостанции «Авторadio» регулярно задают вопросы о той или иной композиции или исполнителях, так же как аудитория «Библиотеки Максима Мошкова» не обходится без поиска разных видов литературы, на сайте «Афиша» естественным компонентом содержания являются отзывы и рецензии пользователей. Наиболее неполно-



ценно интерактивность используют сайты «Страницы московской театральной жизни» и «Озон». На сайте гипермаркета нет форума, но есть обратная связь, заключающаяся в возможности задать вопрос консультанту. Сайт о театре также не ведет форума, но предложения или замечания можно адресовать по электронной почте. За ведение форума должен отвечать конкретный сотрудник, который будет модерировать ведение темы, регулировать соблюдение правил сайта. На деле модерация веб-ресурсов практически не наблюдается (afisha.ru) Пользователи выражают свои эмоции, используя нецензурную и оскорбительную лексику.

Многоязычность на веб-сайтах присутствует редко, так как все зависит от целей сайта и ориентации на аудиторию. Например, на сайте «Страницы московской театральной жизни», исходя из его специфики, используется 2 языка – русский и английский. Этот сайт позиционирует себя как первое и самое информативное место в российском интернете, целиком посвященное театральному искусству. «Библиотека Максима Мошкова» тексты произведений выкладывает не только на русском языке, но и на языке оригинала в переводных произведениях. Это, конечно, лишь косвенно касается принципа многоязычности. Большинство сайтов Рунета ориентированы на русскоязычную аудиторию, однако, если сайт стремится расширить географию пользователей, то принцип многоязычности соблюдать необходимо. Так делают сайты крупных учреждений культуры. Несколько языковых версий включают в себя и персональные сайты деятелей культуры и искусств европейского сегмента Интернета. Например, веб-ресурс ирландской писательницы Сесилии Ахерн (uk.cecelia-ahern.com), чьи произведения читают в 40 странах мира, имеет английскую и немецкую версии.

Оставшиеся положения совместимость, управляемость и сохраняемость реализуются на сайтах также не в полной мере.

Исходя из принципов качественного веб-сайта, специализирующего на материалах культурной проблематики, обязательным компонентом структуры сайта должны быть соответствующий дизайн, отлаженная функция поиска, соблюдение авторства материалов, политика сохранности документов, план восстановления материалов в случае чрезвычайных ситуаций. Во всех случаях дизайн соответствует содержанию сайта. Самый сдержанный дизайн и простую текстовую архитектуру использует «Библиотека Максима Мошкова». Такие параметры для сайта оправданы: они позволяют хранить в библиотеке большой массив информации.

Функция поиска присутствует на всех сайтах. Ссылка на сайт как источник информации используется повсеместно. Указание на источник материала, в случае если это вторичная информация, происходит практически всегда. Короткие сообщения, как правило, выставляются без подписи автора. Некоторые фотографии имеют подпись автора или принадлежность к тому или иному виду СМИ. К более надежному способу защиты авторских прав относится нанесение на фотографию водяных знаков.

В отношении сохранности информации на ресурсе, создания резервных копий, наличия плана восстановления данных сайты слабо ориентированы. Сохранность данных особенно важна для ресурсов, содержащих большой массив информации. Часто просматривая странички Интернета, поисковая система нам выдает ответ «страница удалена». Все эти неполадки связаны с недоработкой сохранности контента сайтов.

Таким образом, мы обозначим следующие проблемы, связанные с развитием культурного сегмента Рунета:

- низкая посещаемость сайтов;
- нарушение положений авторского права и интеллектуальной собственности;
- низкое качество материалов, посвященных культурной проблематике.

Фонд «Общественное мнение» опубликовал данные, согласно которым «в 2011 году месячная аудитория Интернета в России выросла на 17 % и составила 54,5 млн. человек» [6, [http](http://www.omn.ru)]. Такие показатели, несмотря на постоянный рост количества пользователей (годом ранее аудитория составила 46 млн. человек.), остаются низкими, поскольку составляют лишь 38 % от общей численности населения России. Отсталость в



обеспечении доступа к Интернету объясняется, прежде всего, социально-экономическими условиями жизни россиян. Кроме того, качество услуг, предоставляемых провайдерами Интернета, не всегда остается на высоком уровне. Технические работы провайдеров, медленное соединение мешают пользователям полноценно работать в Сети.

Для решения данных проблем мы предлагаем предпринять некоторые шаги, которые позволят вывести веб-ресурсы на новый качественный уровень. В отношении первой проблемы следует проводить последовательную информационную политику, формирующую информационное общество, поясняющую населению возможности использования Интернета, способы доступа и др. В России поведутся проекты, похожие по замыслу на приведенные ранее европейские программы. Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002 – 2010» была направлена на преодоление цифрового разрыва и внедрения информационных технологий в сферы политики, экономики, образования и др. Перечислим некоторые предполагаемые результаты программы: «создание инфраструктуры электронного правительства; повышение эффективности бюджетных расходов на внедрение информационных и телекоммуникационных технологий в деятельность органов государственной власти; повышение уровня доверия и взаимодействия; сокращение затрат времени на реализацию гражданами Российской Федерации своих конституционных прав и обязанностей; повышение оперативности и качества принимаемых решений» [5, [http](#)]. В итоге «Электронная Россия» не оправдала ожиданий, однако частично заложила фундамент для реализации дальнейших проектов по развитию ИКТ.

На смену ей пришел проект «Информационное общество (2011 – 2020 годы)». Эта программа ставит следующие цели: «получение гражданами и организациями преимуществ от применения информационных и телекоммуникационных технологий за счет обеспечения равного доступа к информационным ресурсам, развития цифрового контента, применения инновационных технологий, радикального повышения эффективности государственного управления при обеспечении безопасности в информационном обществе» [3, [http](#)]. Промежуточный итог достигнутых результатов планируется провести в 2015 г.

Ранее мы отметили, что в России наблюдается низкая обеспеченность доступом в Интернет, обозначим также низкую посещаемость сайтов Рунета. Крупнейшее организация в сфере электронной коммерции «OZON.ru» приводит следующую статистику своей деятельности, согласно которой по данным на 1 марта 2011 г. число зарегистрированных пользователей превысило 5,6 млн человек. Электронная библиотека «Либрусек» имеет 1 млн. 820 тыс. зарегистрированных пользователей. Аудитория сайта популярного телеканала «A-ONE HIP-HOP Music Channel» ([aonehiphop.ru](#)) насчитывает более 20 000 посетителей. Приведенные примеры не всегда свидетельствуют о высокой посещаемости ресурсов. Данную проблему можно разрешить путем повышения качества сайта. Этого можно достичь за счет учета интересов пользователей, включения форумов в содержание сайтов, разработки облегченных версий сайтов для новых платформ просмотра (мобильные устройства), введения политики многоязычности, отлаженной технической работы сайта, проведения политики сохранности – создания архивов, резервных копий, регулярного обновления информации. Немаловажным компонентом является продвижение сайта, привлечение рекламодателей, оказание информационных услуг.

Соблюдение авторского законодательства в сфере культуры является достаточно сложной и трудно разрешимой проблемой. «Проблемы реализации авторских прав усложнились в условиях пользования новыми электронными медиа с появлением мультимедиа-тизационных процессов и посмодернистско-деконструкционалистских концепций, меняющих или нивелирующих понятие авторства» [2, с 84]. В России есть



базовый закон, защищающий авторов и правообладателей (Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»), однако большая часть пользователей не готова оплачивать услуги доступа и покупки авторской продукции. Организована продажа лицензионных продуктов, существуют сайты, предоставляющие платные услуги. В Европе распространен опыт платного доступа к контенту сайтов, а также предоставлении платных услуг. Как было отмечено ранее, в Рунете высокий процент использования торрент-трекеров, позволяющих бесплатно скачивать различного рода файлы [8]. Кроме того, сами пользователи активно участвуют в формировании бесплатного контента Сети, а также рекламе собственных произведений, выставленных на продажу. Стремясь сэкономить, пользователи часто подвергаются атаке спама, вирусов, шпионских программ. Засорение Интернета вредоносными файлами, расстраивающими работу техники, является нарушением компьютерной этики.

Третью обозначенную нами проблему, мы предлагаем решить, практикуя привлечение экспертов для освещения тематики культурной жизни, а также повышая общекультурное и художественное образование пользователей. Из истории развития журналистики известно два крайних пути взаимодействия СМИ и аудитории.

Первый способ заключается в том, что общий уровень образования и художественный вкус сотрудников редакции значительно выше уровня аудитории. Поэтому используя свои знания и опыт, редакция пытается положительно воздействовать на аудиторию, научить ее мыслить, формировать собственное мнение, участвовать в диалоге с социальными институтами.

Второй путь связан с приближением культурного уровня редакции к культурному уровню аудитории: СМИ, ссылаясь на непритязательный вкус аудитории, формируют свой контент исходя из потребностей адресатов, подстраиваются под эти потребности. Результатом становится обилие сайтов развлекательного характера и частое использование жанра инфотеймент (развлекательная форма подачи новостей). Например, на недавно прошедшей церемонии вручения кинопремии «Оскар» обсуждается главным образом не состояние кино, его проблемы, достижения и новые творческие биографии, а то во что были одеты звезды, кто с кем пришел на церемонию, удачно ли шутил ведущий, сколько денег затрачено на ее проведение, как вели себя номинанты и победители и что сказали в благодарственной речи. Сам кинематограф из вида искусства превращается в шоу-бизнес. Первый путь наиболее сложен, так как требует высокого профессионализма СМИ. В решении проблемы низкого качества материалов мы ссылаемся именно на просвещение пользователей усилиями экспертов.

Помимо четырех четко обозначенных проблем существуют проблемы частного характера. Эти вопросы относятся к успешному функционированию всего Рунета. В числе таких вопросов находятся

– совершенствование системы покупки и оплаты в сфере электронной коммерции;

– проблема вторичности информации и ее переработки;

– уровень культуры пользования Интернетом и цифровым контентом;

– умение выявления и отбора наиболее существенной информации из общего потока данных, представленных в Сети.

Для решения обозначенных вопросов требуется

– разработка информационных и образовательных программ,

– взаимодействие всех участников коммуникации,

– заинтересованность со стороны сообщества журналистов,

– развитие культурной политики,

– наблюдение за соблюдением компьютерной этики пользователями и редакторами и контент-менеджерами веб-сайтов.



### Список литературы

1. Взаимодействие веб-сайтов по культуре с пользователем. Рекомендации /М.: Центр ПИК, 2010. – 201 с.
2. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов // – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
3. Федерально-целевая программа «Информационное общество (2011-2020 гг.)» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.pcweek.ru/gover/article/detail.php?ID=125723>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
4. Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство. М.: 2006. – 64 с.
5. Постановление Правительства РФ от 28 января 2002 г. N 65 «О федеральной целевой программе "Электронная Россия (2002 - 2010 годы)" (с изменениями и дополнениями)». [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://base.garant.ru/184120/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Развитие интернета в регионах России // выпуск информационного бюллетеня о развитии интернета в регионах России, весна 2012 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [http://download.yandex.ru/company/ya\\_regions\\_report\\_spring\\_2012.pdf](http://download.yandex.ru/company/ya_regions_report_spring_2012.pdf), свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
7. Соснин П. И. Вопросно-ответное программирование человеко-компьютерной деятельности // – Ульяновск : УЛГТУ, 2010. – 240 с.
8. Щербакова Е. Когда мировая борьба с файлообменными сетями доберется до России? / Е. Щербакова [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.online812.ru/2009/05/12/002/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
9. Яндекс каталог, рубрика «Культура» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [http://yaca.yandex.ru/yaca/ungrp/cat/Culture/%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE](http://yaca.yandex.ru/yaca/ungrp/cat/Culture/%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE), свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

### PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE SOCIO-CULTURAL FIELD OF RUNET

**M. S. Mygal**

*Belgorod National  
Research University*

*e-mail:  
marina.mygal@mail.ru*

The paper discusses the main challenges and prospects of social and cultural existence of Runet field.

Key words: socio-cultural field, Internet, website, digital content and media.