

7. Saldivar, R. Figural language in the novel: the flowers of speech from Cervantes to Joyce / R. Saldivar. – Princeton: World-View, 1984. – 267 p.
8. Smart, B. Modern Conditions, Postmodern Controversies / B. Smart. – London ; New York: Harvester Wheasheaf, 1992. – 246 p.
9. Smart, B. Postmodernity. Key Ideals / B. Smart. – London; New York: Ithaca – John Wiley & Sons, 1997. – 169 p.
10. Tadié, J.-Y. La critique littéraire au XX-e siècle / J.-Y. Tadié – Paris: PUF, 1987. – 318 p.
11. The Kristeva reader / ed. by Moi T. – London: Les Editions de Minuit, 1987. – 327 p.
12. Ward, G. Postmodernism / G. Ward. – London ; Chicago: Univ. of Chicago Press, 1997. – 186 p.
13. Vattimo, G. The End of Modernity / G. Vattimo. – Oxford: Clarendon Press, 1991. – 196 p.
14. Williams, R. The Politics of Modernism: Against the New Conformism / R. Williams. – London; New York: Harvester Wheasheaf, 1996. – 227 p.

**Марина Мыгаль**

## **СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО РУНЕТА**

*В статье рассматривается социокультурное пространство Рунета на основе содержания сайтов культурологической тематики.*

M. Mygal

*The article discusses the sociocultural space of Runet. The research is based on the content of culturological sites».*

В Сети при помощи различных механизмов конструируется социокультурное пространство, предлагающее пользователям свою картину мира. Оно образуется на стыке социального и культурного, поэтому объект исследования шире этих отдельно взятых аспектов. Согласно статье Большого толкового словаря под редакцией С. А. Кузнецова, социум (общий, совместный) в первом значении обозначает «человеческую общность как результат исторически сложившихся форм деятельности людей (античный социум, средневековый социум, современный социум)». Во втором значении социум представляет собой «группу людей, объединенных по какому-либо (профессиональным, культурным и т.п.) признакам (научный социум, аграрный социум и т.д.)» [1]. В то время как термин «культура» употребляется для обозначения материального и ду-

ховного уровня развития человечества и специфических сфер деятельности или жизни. Отметим взаимовлияющий процесс: социум как организованная общность людей формируется под действием культуры, люди получают знания, повышают свой образовательный уровень, приобретают практические навыки, в результате они начинают не только потреблять, но и производить; культура получает свое развитие благодаря обществу, которое устанавливает свои нормы, ценности, идеалы, а также закрепляется в качестве отдельных произведений и сохраняется в артефактах.

Социокультурное пространство является феноменом многоуровневым, многоэтапным и разноплановым. «Развитие его представляет собой изменение состояний, происходящее при условии сохранения их основы, т.е. некоего исходного состояния, порождающего новые состояния. Сохранение исходного состояния или его основы дает возможность осуществления закономерностей развития» [2].

Социокультурное пространство понимается нами как «взаимосуществование духовного и материального миров, на основе внутренне созданного человеком мировидения и обществоведения» [2].

Каждое социокультурное пространство представляет собой органическое целое, в котором все составные части сплочены коллективными ценностями.

В исследовании мы рассматриваем не просто физическое пространство, а *конструируемую человеком пространственную среду*. Мы обращаемся к осмыслению, конструированию и использованию этого пространства. Особое место в системе специализированных технологий занимает социально-культурное проектирование, которое мы рассматриваем как мировоззренческую и технологическую основу целого ряда профессий социально-культурной, социально-педагогической и культурологической направленности.

В интернет-коммуникации формируется новое публичное пространство, открывающее большие возможности для глобального общения. Под влиянием цифровых технологий систематически преобразуется всемирная Сеть. Информационная цивилизация радикально реорганизует социокультурное пространство. Э. Тоффлер, анализируя культурологические проблемы информационного общества, отмечает «демассификацию «массового сознания» в условиях третьей волны. Новые, демассифицированные средства информации ускоряют процесс движения общества к разнообразию» [3]. По мнению социолога, новая культура определяется фрагментарными, временными образами, клипами, блицами.

Исследуемое нами социокультурное пространство включает в себя социум, символы и ценности, коммуникацию и информацию.

В современном интернет-пространстве можно выделить ряд предметных областей (культура, экология, наука и др.), требующих целенаправленного формирования. Подобное пространство складывается из совокупности ресурсов Интернета культурной тематики, направленных на развитие интеллектуального уровня пользователей. Объем информации, расположенной в изучаемом нами социокультурном пространстве, тяжело подсчитать. Вряд ли можно говорить о границах социокультурного пространства, если понимать его как бесконечную совокупность взаимосвязанных текстов.

В современном сегменте Рунета насчитывается свыше 14 000 сайтов культурологического характера [4]. Мы проанализировали более ста сайтов, в той или иной степени затрагивающих вопросы культурной проблематики.

Значимую роль в развитии современной культурологической тематики, а точнее, ее представления в интернет-пространстве, сыграли информационные технологии. Социокультурное пространство Сети складывается благодаря использованию механизмов программирования. К некоторым из них относятся:

- создание специализированных и узкоспециализированных сайтов;
- создание виртуальных библиотек;
- создание виртуальных музеев;
- размещение информации на смежных сайтах по культурной проблематике;
- перекрестное цитирование и т. д.

Следовательно, пользователям Интернета доступны массивы разнообразной информации: новости о культуре, критика и аналитика по культурной проблематике, учебная и художественная литература, произведения искусства, переведенные в цифровой формат. Кроме того, доступно расписание культурных событий, организована продажа и доставка товаров и услуг. Технологические возможности Сети позволяют совершить виртуальные экскурсии с самых отдаленных уголков земного шара и осмотреть экспонат с большей детализацией, чем при непосредственном осмотре.

Обратимся далее к исследованию сайтов. Согласно нашим наблюдениям, следует выделять в числе электронных ресурсов Сети *универсальные сайты* и *сайты специализированные*.

К первой группе мы относим сайты, ведущие работу по всем направлениям, связанным с освещением культурных событий, популяризацией культурных ценностей, культивированием образовательных идей. В числе таких ресурсов сайты [opensource.ru](http://opensource.ru),

geometria.ru и др. Отметим, что среди специализированных сайтов имеются региональные ресурсы (cultinfo.ru – сайт о культуре в Вологодской области, amur.info – информационное агентство Благовещенска и Амурской области).

К специализированным сайтам отнесем ресурсы, ставящие в числе своих целей работу в освещении одной конкретной области. Например, сайты об архитектуре, театре, литературе (archi.ru, stih.ru, theatre.ru).

Классифицируя сайты по принадлежности, наблюдаем следующее разделение:

1. личные, персональные (oper.ru – Тупичок Гоблина, aquarium.ru – сайт группы «Аквариум»);

2. коммерческих организаций (kassir.ru, concert.ru, специализирующиеся на заказе и доставке билетов);

3. некоммерческих организаций (cultradio.ru – сайт «Радио Культура», mkrf.ru – сайт Министерства Культуры РФ).

Наиболее важное для понимания целей ресурсов – разделение по назначению. К первой группе отнесем сайты, предназначенные для предоставления контента. Эта группа наиболее многочисленна. В нее входят новостные, развлекательные, информационно-тематические ресурсы, а также электронные библиотеки и базы данных (электронная библиотека «Либрусек», архив толстых журналов «Журнальный зал», музыкальные новости «Newsmusic.ru», сайт «Мировое искусство» и др.). Данные сайты располагают большим контентом различной информации, которая, в первую очередь, формирует у пользователя представление о современном культурном процессе. Обращение к данным ресурсам обосновано, прежде всего, познавательными целями. Многие сайты практикуют размещение произведений, созданных пользователями. Отдельные ресурсы, такие, как stih.ru, proza.ru создаются именно для этого. Сайт «Кинопоиск», кроме справочной информации о фильмах и актерах, публикует рецензии пользователей. Однако на многих сайтах ослаблен аналитический, критический компонент. Если критические публикации есть, то зачастую написаны они в развлекательном стиле, типичном для массовой культуры. Такие рецензии изобилуют на сайтах о кино. В числе ресурсов, совмещающих информацию, аналитику и художественную критику, – openspace.ru, точнее, архив сайта с момента основания до июля 2012 г. (в настоящее время редакция сайта придерживается общественно-политической концепции).

Вторая по популярности группа включает в себя сайты электронной коммерции (онлайн-гипермаркет – «Озон», сайт продажи

музыкальных инструментов «МузТорг» и другие ресурсы). Данные сайты позволяют совершать виртуальные покупки книг, предметов электроники, фильмов, музыки, товаров для дома и семьи, заказывать билеты с доставкой на культурные мероприятия, покупать произведения современного искусства и копии известных художественных работ. Такой сервис позволяет быстро и дешево, не выходя из дома, приобрести нужный товар или услугу.

Третья группа, согласно нашей классификации, представлена сайтами, предназначенными для общения. Культурной проблематике посвящено небольшое количество ресурсов, где пользователи обсуждают современный культурный процесс (социальная сеть художников – «Deviantart», музыкальная социальная сеть «Last.fm»). Данные ресурсы представлены только на английском языке.

Обобщая анализируемый материал, выделим основные направления специализации сайтов культурной проблематики:

- электронные библиотеки;
- интернет-магазины;
- информационно-справочные сайты;
- сайты учреждений культуры и объединений учреждений культуры;
- социальные сети;
- сайты радиостанций, ТВ;
- отраслевые сайты.

Рассмотрим каждую группу подробнее. Электронные библиотеки содержат коллекцию разнородных электронных документов (в том числе книг), они снабжены средствами навигации и поиска. Электронные библиотеки бывают универсальными, стремящимися к наиболее широкому выбору материала (Библиотека Максима Мошкова или Либрусек), и специализированными (Фундаментальная электронная библиотека или проект Сетевая Словесность, направленный на собирание авторов и типов текста, наиболее ярко проявляющих о себе в Интернете). Ресурсы представляют тексты различного формата для онлайн-чтения и скачивания. Поскольку эта группа сайтов содержит, в первую очередь, художественные произведения, а каждая работа имеет своего автора, важен вопрос соблюдения авторских прав и четком представлении ресурса как средства массовой информации. Самый известный из данных ресурсов – lib.ru – библиотека Максима Мошкова. Основана в 1994 г. Авторы и читатели ежедневно пополняют ее. Контент библиотеки формируется, в основном, из художественной и научной литературы. Сайт зарегистрирован как СМИ.

Вторая группа представлена многочисленными сайтами, занимающимися электронной коммерцией. Впервые подобные ресурсы стали появляться в начале 2000-ых годов и активно развиваются в настоящее время. В этой группе лидирует онлайн-гипермаркет «Озон». Специализируется на продаже электроники, книг, фильмов, музыки, товаров для дома и семьи.

Следующая группа ресурсов составляет основу сайтов по культурной проблематике. Среди них популярность удерживает afisha.ru – Афиша. Функционирует с 1999 г. Содержит расписание выставок, спектаклей, кинофильмов, спортивных и клубных событий.

Четвертая группа представлена собственно сайтами учреждений культуры и их объединений. Организованы данные ресурсы для читателей, пользователей, а также самих сотрудников в области культуры. В этой группе самый востребованный сайт – «Музеи России». Функционирует с 1996 г., объединяет в себе каталог российских музеев, содержит информацию о музеях мира, афишу культурных мероприятий Москвы и Санкт-Петербурга и другую информацию. Ресурс зарегистрирован в Министерстве печати.

Социальные сети мы описывали ранее.

Часть социокультурного пространства Рунета принадлежит сайтам радиостанций и телевизионных каналов. Сюда включаем развлекательные медиа, такие, как «Авторadio», «Муз-ТВ», «Русское радио», а также просветительской направленности «Радио Культура».

Отраслевые сайты координируют деятельность в одной конкретной области культуры (музыка, литература, архитектура, фотография, театр). Такие сайты можно соотнести с информационно-справочными. Существенное различие между ними заключается в том, что последние не размещают пользовательский контент. В данной группе наиболее востребован ресурс «Promodj» – портал электронной музыки. Задача сайта, как утверждают сами модераторы, состоит в предоставлении ряда сервисов, позволяющих объединиться и общаться людям, которым интересна электронная музыка, DJing, клубная культура и всё, что с этим связано. Такие сервисы предоставляют материалы для скачивания, публикуют творчество пользователей, организуют конкурсы и культурные мероприятия, а также занимаются продвижением авторов.

Таким образом, интернет-ресурсы позволяют не только ознакомиться с новостями культуры и произведениями искусства, но и публиковать свои работы, обсуждать и рецензировать произведения.

В современной интернет-коммуникации становятся более доступными произведения культуры и искусства, и это подтверждает тезис о том, что искусство перестает быть «для избранных».

В современном культурном сегменте, на наш взгляд, не хватает экспертного взгляда. Следует привлекать больше профессионалов для освещения вопросов культурной проблематики.

Наряду с описанными показателями развития современного культурного сегмента отметим проникновение процесса глобализации в область культуры. Глобализация ведет к расширению рамок культуры, наблюдается культурное взаимодействие и взаимопроникновение, однако активное заимствование культурного опыта опасно потерей национальной самобытности.

### Литература

1. Кузнецов, С.А. Большой толковый словарь русского языка / С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
2. Солодовник, А.Б. Мозаичная культура телевизионного экрана в социокультурном пространстве современного общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://analiculturolog.ru/component/k2/item/753-34.html>. – Дата доступа: 31.08.12.
3. Сорокина, В.Н. Культура информационного общества (курс лекций «Введение в культурологию») / В.Н. Сорокина. – СПб.: С.-Петербургский гос. ун-тет, 2003. – 167 с.
4. Яндекс-каталог, рубрика «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yasa.yandex.ru/yasa/ungrp/cat/Culture/>. – Дата доступа: 30.08.2012.

Татьяна Орлова

### ГОРЬКАЯ ЦЕНА СВОБОДЫ

*Журналистское общение лично по форме, но общественно по своей сути. Законы этики обязаны защищать человека от насильственного вмешательства СМИ в личную жизнь. Особенно часто с целью привлечения массового читателя и поднятия рейтинга издания журналистская ответственность нарушается в сфере культуры.*

T. Orlova

*Journalistic communication is personal in form but is public in effect. Ethic laws must protect a man from a violent intervention of mass media into his private life. Journalistic responsibility is especially often broken in the sphere of culture with the purposes of attracting a mass reader and raising a rating of an edition.*

Будучи студенткой, позже коллегой Ефросинии Леонидовны Бондаревой, я постоянно чувствовала ее внимание и опеку. Мы могли расходиться в оценках явлений искусства, но постоянно