

А. Н. Губанков

Перспективы развития сетевых СМИ как интерпретатора культурного пространства современного города

Сетевые СМИ представляют специфическую форму культуры, интерпретирующую пространство современного города. Анализ эмпирических процессов, связанных со становлением и функционированием сетевых СМИ, позволил автору выделить три потенциальных сценария их развития как интерпретатора культурного пространства современного города.

Ключевые слова: культурное пространство города, информационная коммуникация, сетевое сообщество, средства массовой информации, сеть Интернет

Anton Gubankov

Prospects of development of the network of mass media as an interpreter of the cultural space of the modern city

Network media are a specific form of culture, interpreting space of a modern city. Analysis of empirical processes, connected with the establishment and functioning of the network mass media, allowed the author to identify three potential scenarios of their development as the interpreter of the cultural space of the modern city.

Keywords: cultural space of a city, information communications, network community, mass media, a network the Internet

Анализ сущности и специфики культурного пространства современного города, рассмотрение средств массовой информации и, в частности сетевых СМИ как инструментов его интерпретации, а также характеристика роли городской культурной элиты в информационном поле сетевой коммуникации позволили нам показать, что в современном мире воспроизводство культурного пространства необходимо рассматривать как целенаправленный, деятельностный, субъект-зависимый процесс. Сложность его реализации обусловлена полифоничностью и противоречивостью интересов, целей и ценностей различных социальных групп и «несоциальных» явлений, формирующих городское культурное пространство и обеспечивающих его «отражение» в виртуальном мире.

Город постоянно дезинтегрирует себя самого, разрушает целостность социальной и культурной ткани и рождает феномены, склонные к дивергентному развитию, а иногда и к отрицанию друг друга. Для того чтобы уравновесить эти тенденции, требуется развитие феномена культурного диалога как интегратора городского культурного пространства, в который вовлечены все элементы городского сообщества. Интенция диалога составляет основу городской культуры, однако для того, чтобы этот диалог состоялся, требуется деятельностный субъект, компетентный в вопросах культурного развития и способный поддерживать воспроизводство культурного пространства по принципу па-

лимпсеста, включающего как материально выраженные и визуально воспринимаемые слои (архитектурные стили, способы расположения кварталов города), так и латентные слои (нормы и ценности, социальную психологию городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, социальную коммуникацию и социальное проектирование).

Для воспроизводства городского культурного пространства должна постоянно поддерживаться интерпретативная связь «личность–культура–общество», которая в условиях дивергенции культуры, резкого насыщения потоков информации, скачкообразного нарастания многообразия городской среды, проблем модальности бытия и потенциации действительности уже не является чем-то само собой разумеющимся. Наиболее важным, лидирующим источником поддержания устойчивого существования обозначенной триады является информационно-коммуникативная семантизация культуры в виртуальном пространстве с активным участием городской культурной элиты.

С нашей точки зрения, при рассмотрении процессов развития сетевых СМИ как интерпретатора культурного пространства современного города необходимо использовать не триадное (традиционная, элитарная, массовая), а дуальное (традиционная и элитарная, массовая) понимание культуры. Действительно, даже из определения сетевых СМИ, как *систематически обновляющегося виртуально организованного*

в интернет-пространстве набора сообщений, обладающих свойствами гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности и активизирующих коммуникативные потоки диалогового характера и развитие массовой культуры, следует, что их целью и назначением является развитие массовой культуры. Однако то качество, специфическое наполнение, которым может быть наделена эта массовость, зависит от интерпретативной представленности элементов традиционной и элитарной культур. Продукты, производимые традиционной и элитарной культурами, высоко специфичны в своей национальной форме, а массовая культура, напротив, нивелирует национальные особенности повседневного потребления и создает культуру гомогенную, доступную всем и принимаемую всеми, претендующую на роль универсальной культуры эпохи глобализации. Городская культурная элита призвана формировать массовую культуру через преломление традиционной и элитарной культур, воспроизводя триаду «личность–культура–общество», взаимодействуя с другими субъектами информационного поля сетевой коммуникации и отражая городское культурное пространство в виртуальной среде по принципу палимпсеста. Насколько успешно она справляется со своей миссией, определяет характер воспроизводства культуры в Сети.

Анализ эмпирических процессов, связанных со становлением и функционированием культурно-интерпретативных процессов в сетевых СМИ, позволяет выделить три потенциальных сценария их развития как интерпретатора культурного пространства современного города:

- 1) Сценарий «Интернет-свалки»;
- 2) Сценарий развития «закрытых» культурных сообществ в Сети;
- 3) Сценарий трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры.

Подчеркнем, что данные сценарии мы оцениваем не по классической схеме («пессимистичный», «оптимистичный» и «реальный»), а рассматриваем каждый из них как возможный в условиях современного российского мегаполиса. Характеризуя данные сценарии, мы будем опираться на характеристики новостного события, выделенные нами ранее: актуальность события, точность его представления, возможность различных интерпретаций, уровень доверия к источнику информации и дистанция между субъектами формирования информационного поля сетевой коммуникации. Кроме того, конструируя данные сценарии, мы учитываем тенденции, которые являются актуальными для

интернет-СМИ сейчас и останутся таковыми в ближайшее время. Это:

- виджетизации¹ и кастомизация²: пользователь выбирает интересующие его темы и сохраняет предпочтения;
- трансляции новостных лент в социальные сети;
- обратная связь с авторами статей и новостей;
- мобильная версия и мобильные рассылки;
- формирование фирменного стиля, узнаваемого бренда;
- частично платный контент.

1) Сценарий «интернет-свалки»

В настоящее время Интернет развивается экспоненциально: каждые полтора-два года его основные количественные показатели удваиваются. Это относится к числу пользователей, количеству подключенных компьютеров, объему информации и трафика, представленности информационных ресурсов. Распространенным является мнение о том, что содержание сети Интернет более напоминает «информационную свалку», в которой есть только островки упорядоченности по тому или иному основанию, которые создаются владельцами порталов и сайтов. Такое основание может задать и сам пользователь, вписав свой критерий поиска.

Все существующие организации, призванные регулировать развитие Сети (The Internet Architecture Board, Internet Society и т. д.), организуют ее лишь в части технических стандартов обмена данными и операционных процедур. Информационное наполнение интернет-сайтов и порталов – практически неконтролируемый процесс. Как показывает опыт многих стран, законодательное регулирование сетевого пространства лишь формирует определенную рамку развития интернет-сообщества данного конкретного государства. До сих пор многие правительства не определились в разграничении ответственности между создателями сайта, провайдером и владельцем сервера в части распространения информации.

Стремление «рыться в Сети» стало общей потребностью пользователей сети Интернет. Поэтому отсутствие жесткой структурированности базы данных можно рассматривать как одно из условий существования новой системы получения информации и новой формы коммуникации и, следовательно, как важнейшее основание хаотичного развития сетевых СМИ как интерпретаторов культурного пространства города. Данный сценарий отражает существенное превалирование количественных характеристик

над качественными. Несмотря на то, что население «затопляется» информацией через сотни сетевых каналов, исследования показывают, что пользователи очень плохо информированы о проблемных вопросах, имеющих большое значение для развития культуры.

В то же время Интернет меняет мировоззрение и психологию людей, что особенно важно с точки зрения понимания приоритетов молодого поколения. Люди, выросшие в эпоху передовых технологий, с детства привыкшие к использованию компьютеров в образовании, развлечениях, на работе, живут в ином восприятии информационного пространства. Для них общение со сверстником из другой страны или мгновенное получение сведений по любому вопросу – дело совершенно обыденное. Вместе с развитием Интернета возрастают и информационные потребности «сетевого поколения».

По мнению многих современных философов, культурологов, педагогов, воздействие современных средств сетевой информации, имеющих ограниченные культурно-образовательные информационные ресурсы и ориентированных в основном на досуг и развлечения, в конечном счете, приводит к нравственному упадку и духовной нищете членов нашего общества. Такие понятия, как милосердие, любовь к ближним, уважение к другим народам, утрачивают сегодня истинную суть, в то время как привычными явлениями становятся грубость, жестокость, бездушие, равнодушие ко всему и всем. Идут процессы падения нравов, разрушения гармонии человека не только с самим собой, но и с внешним миром. Утрата веры в идеалы, которых придерживались люди старших поколений, приводит к дефициту духовности и чувства национального самосознания. Это отражается на подрастающем поколении и проявляется в их поступках, отношении к другим людям, к работе и повседневной жизни. Сегодня как приходится удивляться тенденциям повышения преступности среди молодежи и снижению морально-этического уровня.

Большую роль в этом процессе играет свойство анонимности, характерное для Сети. Реальный человек, активно участвующий в этой «сетевой жизни», неизбежно «виртуализуется», поскольку законы сетевого существования вынуждают его относиться к своему «сетевому имиджу» как к произведению искусства, иначе он становится слишком уязвим.

По мнению отечественного социолога В. П. Козырькова, причины такого неотчетливого состояния общественного самосознания многообразны, они носят как прямой, так и косвенный характер действия, однако все они

тесно переплетены и уходят своими корнями в социальную реальность, которая в современной науке получила название повседневности. Козырьков отмечает, что «понятие повседневности стало выражать не то, что раньше было аналогом обыденной жизни и оценивалось как нечто тривиальное, приземленное и вызывающее скуку. Повседневность сейчас эстетизировалась и превратилась в привлекающую культурную ценность и особую реальность, теснящую бытие человека в его иных формах, которые многие столетия признавались в качестве высших форм культуры: искусство, философия, религия, политика и др. В конечном счете вездесущая повседневность стала не только доминирующей культурной универсалией, но и заняла место культуры»³.

Безусловно – и это следует из наших предыдущих рассуждений, – Интернет как среда представляет собой в каком-то смысле более естественное местообитание текста, чем печатная книга, привязанная к архаично-репрессивной системе книгоиздания. В этом смысле Сеть во многом возвращает культуру, которую она воспроизводит, к древней практике распространения манускриптов и копий. Многие культурологи, от Шпенглера до Маклюэна, считали печатный станок настоящим символом эпохи модерна, когда развитием культуры управляла идеология и коммерция, а тиражирование текстов было одним из важнейших инструментов развития социума. Так, печатная книга модернистской эпохи по сути своей обращена не к человеку, а к «покупателю книжной продукции», к «единице читательского спроса», т. е. к вполне конкретным социальным группам. Книга, которая нужна всего лишь сотне человек, разбросанных по разным концам Земли, или музыкальное произведение, которое имеет лишь несколько десятков поклонников, с точки зрения модернистского подхода, не имеют права на существование. Только Интернет открывает дорогу для культурных событий, которые изначально не предназначены для распространения многотысячными тиражами и обращены к конкретному, избранному кругу читателей.

Однако, с нашей точки зрения, специфической и одновременно проблемой реализации сценария «интернет-свалки» является то, что все указанные функции, не подвергаясь какому бы то ни было регулированию, начинают воспроизводить сами себя, превращая интернет-пользователей в лидеров информационного поля сетевой коммуникации и давая им безграничные возможности для интерпретации и переинтерпретации смысла и значения того или иного события. Уровень доверия к источ-

нику информации в этом случае минимален и определяется исключительно субъективными представлениями и прошлым опытом индивида, в то время как дистанция между основными субъектами воспроизводства культуры становится очень большой.

В Сети, развивающейся по сценарию «интернет-свалки», изменяется и понимание актуальности события: можно сказать, что «абсолютная актуальность» реальности заменяется на актуальность относительную, потому что у каждой из бесконечного множества культурных групп, составляющих сетевой мир, свои критерии актуальности, никак не связанные с историческим временем. Время в Интернете – это не ось, а многомерное пространство, и любое культурное событие в таком контексте изначально лишено актуальности, вырвано из физического времени и пространства.

С такой «неструктурированной» актуальностью связана и неточность представления тех или иных событий, характерная для Сети. Неточность, искаженность информации могут быть вызваны как особенностями поставки информации и дистанцией между культурной элитой города и журналистами. Также ее причина может заключаться в идеологии или пристрастной журналистике, где владельцы, редакторы или журналисты представляют истории, которые поддерживают их специфические мировоззрения. Это может также следовать из дезинформации или от информации, которая была скрыта или искажена источниками или журналистами с целью привлечь внимание или из-за потребительского предпочтения.

С нашей точки зрения, в данном контексте можно говорить не о «правдивости»/«точности», а о правдоподобности информации. «Правдоподобие» – утверждение представлений или фактов, которые люди желают рассматривать или видят как правду, в отличие от фактов, в отношении которых известно, что это правда.

В общем и целом, сценарий воспроизводства культурного пространства в сетевых СМИ в пределах сценария «интернет-свалки» представляет собой хаотично организованный процесс создания, распространения и потребления информации о культурных событиях, в котором количественные характеристики («массив информации») имеют приоритет над характеристиками качества и рефлексивности. Данный сценарий предполагает большую дистанцированность субъектов формирования информационного поля сетевой коммуникации и является естественным следствием распространения Интернета в современном обществе.

2) Сценарий развития закрытых культурных сообществ в Сети

Создание сайта или новостного портала – от содержания до актуализации дизайнерских идей – само по себе не гарантирует какую бы то ни было посещаемость и отдачу интернет-аудитории, независимо от того, говорим мы о коммерческом или государственном проекте. При публикации новостей в сети Интернет их продвижение превращается в отдельную задачу. Другими словами, сетевая организация новостей культуры должна быть востребована аудиторией, причем эта потребность должна быть подготовленной для актуализации.

Если экономические и политические новости, не говоря уже о «горящих» происшествиях, пользуются достаточной популярностью в Сети, то новости культуры обычно воспринимаются как нечто вторичное – «излишество», «роскошь». Сам бесконечный объем Интернета приводит к тому, что для индивида в этой среде существуют только те страницы, те сетевые сообщества, о которых он знает и хочет знать. Интернет в этом смысле – идеальная среда для культурной дифференциации, для кристаллизации автономных культурных групп.

В этих условиях, на наш взгляд, весьма вероятной является тенденция «информационной закрытости» культуры – прежде всего, культуры элитарной и традиционной. В ситуации давления «массового», которую создает сетевое пространство, их воспроизводство может сконцентрироваться в рамках лишь некоторых сообществ «высокой культуры», доступных малому числу интернет-пользователей. При этом «закрытость» может быть определена технологически (доступ по паролю), экономически (платный доступ) или информационно (отсутствие продвижения новостного портала или сайта).

Подобный сценарий был подготовлен современной историей развития средств массовой информации. В последнее время резко выросла индивидуальность каждого издания, в прошлое ушел некий общий стиль. С распадом ориентации на синкретизм изменился и адресат: российская пресса перестала ориентироваться на усредненного читателя, который часто представлялся как вчерашний мигрант, «полугорожанин». Масса престижных изданий ориентируется на высокообразованную городскую аудиторию, а значит и воспроизводит этот слой общества. Эти практики могут актуализироваться в более резком виде при «переходе» объектов или субъектов воспроизводства в Сеть.

Для культурологической науки виртуальные сообщества являются достаточно новым

объектом изучения. Авторство данного термина приписывают, как правило, Г. Рейнгольду, исследователю социальных отношений в Сети. В работе «Virtual Community» он рассматривает различные примеры коммуникаций между членами социальных групп на базе таких возможностей глобальной Сети, как списки рассылки, новостные списки, многопользовательские сообщества и определяет виртуальные сообщества как «социальные объединения которые вырастают из Сети, когда группа людей поддерживает открытое обсуждение достаточно долго для того, чтобы сформировать Сеть личных отношений в киберпространстве»⁴.

В сообществе все люди связаны между собой, а не с каким-то центральным источником информации, т. е. потенциально все члены сообщества имеют возможность в равной мере обмениваться сообщениями. Другими словами, интернет-сообщество – это складывающийся на интернет-ресурсе информационный обмен равноправных пользователей-соавторов⁵. Принципиальная особенность интернет-сообществ заключается в том, что использование интернет-технологий в процессе совместной деятельности людей позволяет в большей степени, чем ранее, осуществлять ее регулирование на основе прямых информационных обменов и взаимодействий между всеми членами сообщества, с одной стороны, и ограничить доступ в это сообщество, с другой. Эти новые возможности позволяют участникам сетевых коммуникаций конструировать новые правила социально-экономического поведения и соответствующие регулирующие институциональные механизмы.

Исходя из сказанного выше под культурным сетевым сообществом мы будем понимать стихийно или целенаправленно сложившуюся систему постоянных пользователей-соавторов интернет-ресурса, которые в рамках политики данного ресурса осуществляют информационный обмен с целью виртуального воспроизводства культуры, ведущийся на основе ранее принятых правил, запретов и санкций к нарушителям, служащий целям поддержания и развития ресурса.

Обособление элитарной и традиционной культур в интернет-пространстве определяет проблемы из плоскости «коммуникативной справедливости», сохранения специфики той или иной локальной, национальной культуры в процессе ее эволюции и адаптации к динамике развития мировой культуры, культуры «планетарного» мира. Эта мировая культура, воплощением которой в каком-то смысле является Интернет, представляет собой сложное многообразное образова-

ние, где традиционная и элитарная культура могут «затеряться».

Главной причиной, приводящей к сетевой закрытости, является, таким образом, противоречие между уникальностью как качества элитарной и традиционной культур и массовостью как качества инструмента их распространения. Межкультурные барьеры на уровне содержания проявляются как непонимание партнеров, что обычно вызвано различным уровнем межкультурной компетентности партнеров по коммуникации. При этом коммуникативная компетентность здесь предполагает не только грамматическую правильность речи, но и приемлемость высказываний в соответствии с принятой в данной культуре системой правил взаимодействия и поведения.

Воспроизводство культурного пространства города в рамках сценария закрытых сетевых сообществ, безусловно, носит ограниченный характер, поскольку не имеет характеристики массовости, охвата в своем распространении различных социальных групп и культурных сообществ. Можно сказать, что данный сценарий в большей степени способствует дифференциации, а не диалогизации культурного пространства, хотя уровень доверия к информации внутри самих сообществ довольно высок. Дистанция между субъектами формирования информационного поля сетевой коммуникации имеет дихотомический характер: она минимальна для членов сообщества и бесконечна за его пределами.

Содержание информации, ее актуальность и точность представления определяются в данном случае создателями информационного поля в Сети. Именно они (администраторы сайтов, реде – журналисты) определяют ориентацию отображения событий. В данном случае интересно провести параллель с высказыванием Н. Лумана о повседневности: ученый считает, что она есть лишь основание коммуникационных возможностей, а не коммуникации в ее социально действительной форме. В этом отношении закрытые сообщества – лишь основание для воспроизводства культурного пространства, которое может быть реализовано в дальнейшем, в ситуации информационной открытости и доступности. Опять-таки, по словам Н. Лумана, «ни одна социальная система не может возникнуть без коммуникации, поэтому возникновением социальных систем управляют невероятности процесса коммуникации, способы их преодоления и трансформации в вероятность. Процесс социокультурной эволюции можно понимать как преобразование и увеличение возможностей перспективной коммуникации, вокруг

которой общество создает свои социальные системы»⁶. Другими словами, для того чтобы возникло воспроизводство культурного пространства, необходимо совершить тот процесс, который Б. Вальденфельс называет «преодолением повседневности»⁷, хотя для участников эта «повседневность» и ограничивается рамками элитарной и традиционной культуры.

3) Сценарий трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры

Виртуальное пространство не является непосредственной копией реальной жизни, оно имеет свои функциональные доминанты, в частности такие, как изменение субъект-объектных отношений, особенности мотивации пользователей, включенность в процессы коммуникации лишь некоторых социальных групп, технологические детерминанты коммуникативного действия. Все они, так или иначе, обуславливают изменения любого культурного объекта, входящего в Сеть из реальной среды, а также характерные свойства тех явлений, которые возникают непосредственно в сетевом пространстве.

Однако в то же время определенные закономерности реальной жизни необходимо переносить и в жизнь виртуальную: индивиды, конструирующие эти «миры», играют разные, подчас нетранслируемые из одного пространства в другое, роли, однако их сущность, определяемая потребностями, интересами и ценностями, остается единой. Благодаря Интернету мы оказались в мире, где информация представляется иначе, чем в мире существования физических объектов, и работу с ней каждый вынужден проводить иначе. Тем не менее потребность в воспроизводстве культурного пространства города остается. Для того чтобы городская окружающая среда была благоприятной, люди должны чувствовать, что какая-то ее часть принадлежит им, пусть не полностью, а наравне с остальными членами общества. На городском уровне окружающая среда должна быть призывающей к участию в общественной жизни, к взаимодействию с памятниками культуры, к пониманию происходящих процессов.

Как и люди, города имеют свой характер и особенности; как и у людей, различия эти состоят в многочисленных опознавательных элементах. Человеку присуща потребность единства с местами, значимыми для него. Игнорируя эту потребность, мы приходим к окружающему пространству, ничего не значимому для нас. Напротив, следуя этой потребности, мы развиваем окружающее нас пространство, обогащаем

его. Развивая индивидуальность города в виртуальном пространстве, мы получаем много преимуществ. Особенности города, городские события – все это может наложить отпечаток на вид города, делая его особенным, индивидуализированным, комфортным для существования и саморазвития.

Важным фактором, связанным с городской средой, является наше чувство окружающего пространства, которое позволяет нам взаимодействовать с внешним миром. Общественное пространство исполняет еще и дополнительные функции: оно становится площадкой для повседневных занятий людей и для проведения общих праздников, объединяющих горожан. Наше чувство города определяется тем, что мы видим вокруг, т. е. локальным окружением. В основном это улицы, площади и парки – то, что связывает все постройки между собой. Соответственно, качество городских общественных мест, главным образом улиц и кварталов, играет существенную роль в создании индивидуальности города. В этом смысле пространство повседневной культуры города будет включать в себя и элитарную, и традиционную, и массовую культуры – и в виртуальном мире их воспроизводство должно осуществляться по особым правилам и технологиям трансляции и не нарушать динамику развития культурного пространства города. Исходя из теоретического анализа и эмпирических наблюдений социальная технология трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры в рамках виртуального мира представляется как набор последовательных действий социальных субъектов, позволяющий, интерпретируя, воспроизводить культуру современного города. Основными элементами технологии являются «ниши», «тренды» и «теории».

Ниши – это уже существующие в культурном пространстве точки, которые востребованы аудиторией и являются особыми маркерами городского культурного пространства. Фактически, ниша – это определенный тип проекта культурной тематики, предполагающий ту или иную социальную деятельность. В современной городской среде большинство ниш располагаются в пространстве массовой культуры.

Каждый индивид, так или иначе, заполняет для себя эту матрицу культурных потребностей, расставляет приоритеты и реализует их как в реальном, так и в виртуальном мире.

В соответствии с этим мы выделяем следующие принципы развития сетевых СМИ как интерпретаторов культурного пространства города:

1) информация структурируется четко и логически, причем принцип этого структурирования

должен быть прозрачен для пользователя; 2) содержание сайта определяется представителями культурной элиты, миссия которых – в поддержке культурного баланса через трансляцию элитарной и традиционной культур в массовую; 3) новостной ресурс, рассчитанный на определенную аудиторию, должен в подаче материала быть четко ориентирован на предполагаемого конечного пользователя; 4) новостной ресурс должен стать структурой, аккумулирующей результаты профессионального опыта представителей культурной элиты, приобретаемого как в индивидуальном, так и в диалоговом режиме; 5) конечной целью функционирования новостного ресурса должно стать создание системы, отвечающей и за удовлетворение информационных потребностей пользователя, и за качественное удовлетворение его когнитивных, эмоциональных и физических потребностей.

Тренды представляют собой некоторые тенденции развития ситуации в культурном пространстве. Процессуальность – это важнейший категориальный признак явлений, существующих в Интернете. Каждое культурное событие, которое в реальности может восприниматься как точка, в Сети может и должно быть рассмотрено как динамический процесс. Данное требование во многом продиктовано спецификой самой формы подачи информации в Интернете. На уровне формы это выражается в том, что процессуальность присуща непосредственно мельчайшим структурным единицам современной сети. Содержательный уровень процессуальности определяется свойством коммуникативности: процесс взаимодействия одного субъекта и/или культурного объекта с другим с целью удовлетворения некой потребности является не чем иным, как коммуникативным действием, которое, в свою очередь, является частью коммуникативного процесса.

Теории – это сконструированные понятия об Интернете как информационно-коммуникативной среде воспроизводства культурного пространства, которые существуют пока только в пространстве мышления и могут как актуализироваться на практике, так и оказаться нежизнеспособными. Тем не менее они играют важнейшую роль в реализации рассматриваемой социально-культурной технологии. Научная концептуализация является базой, точкой отсчета любых направленных социальных действий, она представляет собой «смысловое ядро», способствующее раскрытию культурного смысла происходящих событий. Именно поэтому можно говорить о том, что теоретическое основание воспроизводства культурного пространства города в сетевых СМИ лежит в сфере элитарной и традиционной культуры.

Процесс институционализации сетевых СМИ как инструмента интерпретации культурного пространства современного города предполагает:

- возникновение потребности у представителей культурной элиты города в новых типах социальной деятельности и создании соответствующих им социально-культурных условий;

- развитие необходимых сетевых структур и связанных с ними социальных норм и регулятивов поведения;

- формирование конструктивных правил взаимодействия между субъектами формирования информационного поля сетевой коммуникации;

- освоение интернет-пользователями новых социальных норм и ценностей, формирование на их основе системы потребностей личности, ценностных ориентаций и ожиданий;

- влияние на массовые вкусы и культурные предпочтения посредством трансляции наиболее значимых элементов элитарной и традиционной культур.

Результатом процесса институционализации является включение городского культурного пространства в новую картину мира современного индивида через ее воспроизводство в виртуальном мире. Стратегическое значение механизма трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры заключается в том, что он позволяет:

- определять стратегические цели, направления и приоритеты социально-культурного развития, основанные на многовековых традициях и лучших современных культурных образцах;

- обеспечивать эффективную координацию различных направлений культурной жизнедеятельности на индивидуальном, групповом, национальном и глобальном уровнях;

- разрабатывать модели и технологии развития культуры в сетевом пространстве, давать научно обоснованные прогнозы и конструкции будущего;

- гармонизировать потребности, ценности и интересы различных социальных групп, способствуя продуктивному диалогу цивилизаций и культур.

Лидирующим субъектом информационного поля сетевой коммуникации в процессе реализации сценария трансляции становится культурная элита города, которая обозначает рамки виртуального взаимодействия и наполняет конкретным содержанием процессы воспроизводства культурного пространства. Рольевые и статусные характеристики представителей культурной элиты гарантируют высокий

уровень доверия к источнику информации, актуальность и точность представления культурных событий. Дистанция между субъектами формирования информационного поля сетевой коммуникации в этом случае может быть описана как «средняя»: несмотря на то, что представители культурной элиты обладают характеристикой «сетевой доступности», их ролевые и статусные обязательства в реальном мире не позволяют осуществлять моментальные транзакции в мире виртуальном. В то же время, такое положение лидирующего субъекта обеспечивает разумное, естественное ограничение интерпретативных действий других участников коммуникативного процесса.

Социально-культурная значимость сценария трансляции элитарной и традиционной культур в пространстве массовой культуры заключается в регулируемом удовлетворении потребностей индивидов в информационной связи с миром культуры и постоянном притоке информации, необходимой для ориентации в современной ситуации и социально-культурной среде, социализации в обществе – усвоении индивидами ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, общению, обмену мнениями, развитию общего кругозора, повышающем интеллектуальный уровень личности, решении повседневных проблем, повышении культурного уровня, а также в развлечениях, помогающих эмоционально разрядиться, преодолеть эмоциональную напряженность, получить определенный стимул для последующей активной, повседневной деятельности и в отвлечении, психологической изоляции от окружающей обстановки. Итак, мы рассмотрели основные характеристики сетевых средств массовой информации как инструмента воспроизводства культурного пространства города. Сделаем краткие выводы.

1. Сетевые СМИ представляют собой новый социально-культурный феномен современного общества, непосредственно связанный в силу своей доступности и распространенности с процессами формирования повседневности индивидов и социальных групп. Они выполняют ориентационную, инновационную, стимуляционную и корреляционную функции, позволяя информации существовать и распространяться в виртуальной среде. Сетевую информационную коммуникацию можно рассматривать как особую культурную форму, отражающую процессы воспроизводства соответствующего объекта, явления или процесса.

2. Под сетевыми СМИ понимается систематически обновляющийся виртуально организованный в интернет-пространстве набор

сообщений, обладающих свойствами гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности и активизирующих коммуникативные потоки диалогового характера и развитие массовой культуры. Основными социально-культурными характеристиками сетевых СМИ являются:

- широкая социальная и культурная дифференциация, ведущая к сегментации и изменению социальной стратификации пользователей;
- интеграция всех видов сообщений в общей когнитивной структуре;
- использование многообразных видов культурного выражения (организация по принципу ризомы);
- диалоговый характер коммуникации;
- особый язык компьютерной коммуникации как нового средства массовой информации (гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность).

3. Основными субъектами информационного поля сетевой коммуникации в сфере культуры выступают интернет-профессионалы, интернет-пользователи и представители городской культурной элиты. Информационное поле сетевой коммуникации в сфере культуры может быть представлено как воспроизводство и производство исторически выработанного порядка устойчивых взаимоотношений между этими социальными группами по поводу их коллективного существования в природных и культурных условиях городской среды, а также совокупность продуктов, идей, структур и технологий, порожденных в процессе этих взаимоотношений и следующих из практик осуществления жизнедеятельности в соответствии с этим порядком.

4. Существует устойчивая взаимосвязь и взаимозависимость между состоянием коммуникативно-культурной компетентности городской элиты, реализуемой в виртуальном пространстве, и общей структурной характеристикой субъектов городского культурного пространства, поскольку, с одной стороны, повышение коммуникативно-культурной компетентности способствует усилению интереса представителей элиты к культуре других социальных групп и к культуре города в целом, а, с другой – познание различных аспектов культур способствует формированию и развитию ее устойчивости в условиях глобализации. Основной проблемой формирования информационного пространства сетевой коммуникации в сфере культуры является односторонний характер интеракции интернет-профессионалов и интернет-пользователей с городской культурной элитой.

5. Развитие феномена культурного диалога как интегратора городского культурного пространства требует участия всех элементов

городского сообщества. Интенция диалога составляет основу городской культуры, однако для того, чтобы этот диалог состоялся, требуется деятельностный субъект, компетентный в вопросах культурного развития и способный поддерживать воспроизводство культурного пространства по принципу палимпсеста, включающего как материально выраженные и визуально воспринимаемые слои (архитектурные стили, способы расположения кварталов города), так и латентные слои (нормы и ценности, социальную психологию городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, социальную коммуникацию и социальное проектирование).

6. Можно выделить три потенциальных сценария развития сетевых СМИ как интерпретатора культурного пространства современного города:

- сценарий «интернет-свалки»;
- сценарий развития закрытых культурных сообществ в Сети;
- сценарий трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры.

7. Наиболее важным, лидирующим источником поддержания устойчивого существования триады «личность – общество – культура» является информационно-коммуникативная семантизация культуры в виртуальном пространстве с активным участием городской культурной элиты. Социальная технология трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры в рамках виртуального мира представляется как набор последовательных действий социальных субъектов, позволяющий,

интерпретируя, воспроизводить культуру современного города.

Примечания

¹ В и д ж е т – приспособления, программы, модули, которые размещаются в рабочем пространстве и служат для украшения рабочего пространства, развлечения, решения отдельных рабочих задач или быстрого получения информации из Интернета без помощи веб-браузера.

² К а с т о м и з а ц и я – изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

³ Козырьков В. П. Интернет и развитие культуры // Экономика. Социология. Менеджмент: федер. образоват. портал. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/203605.html> (дата обращения 20.09.2011).

⁴ Rheingold H. The Virtual Community: Table of Contents // The Well. San Francisco. URL: <http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html> (дата обращения 20.09.2011).

⁵ Шидула Д. Интернет-сообщества как субъекты, формирующие глобальную информационную среду: понятие, происхождение, типы // Relga: науч.-логич. журн. 2006. №10 (132), 20 мая. URL: <http://jarki.ru/wpress/2008/12/16/307/> (дата обращения 20.09.2011).

⁶ Луман Н. Невероятность коммуникации / пер. с нем. А. М. Ложеницина, под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. Вып 3 / отв. ред. А. О. Боронев. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972> (дата обращения 20.09.2011).

⁷ Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности // Социологос. Вып. 1.: Общество и сферы смысла. М.: Прогресс, 1991. С. 40.