МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

КУЛЬТУРОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Tomsk State University
Journal of Cultural Studies and Art History

Научный журнал

2012 **№ 4(8)**

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-44127 от 04 марта 2011 г.



РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА
«ВЕСТНИК ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА.
КУЛЬТУРОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ »

Черняк Э.И., директор Института искусств и культуры, д-р ист. наук, проф., зав. каф. музеологии, культурного и природного наследия (председатель ред. коллегии); **Буденкова В.Е.**, канд. филос. наук, доцент каф. теории и истории культуры; **Булгакова Л.В.**, доцент, зав. каф. инструментального исполнительства; **Долгих Н.А.**, канд. пед. наук, доцент, зав. каф. дизайна; **Жеравина О.А.**, канд. ист. наук, доцент, зав. каф. библиотечно-информационной деятельности; **Коробейникова Л.А.**, д-р филос. наук, проф., зав. каф. теории и истории культуры; **Коробейникова Т.С.,** зав. каф. изобразительного искусства; **Кузоро К.А.**, канд. ист. наук, ст. преподаватель каф. библиотечно-информационной деятельности (отв. секретарь); **Максимова И.Е.**, канд. ист. наук, доцент, зав. каф. этики, эстетики и культурологии; **Сотников В.В.**, проф., зав. каф. хорового дирижирования.

© Томский государственный университет, 2012

УДК 069+008

И.А. Сизова

АГЕНТЫ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье представлен анализ состояния инфраструктуры агентов культурного пространства (органы управления сферой культуры, образовательные учреждения сферы культуры, театры, музеи, библиотеки, учреждения культуры и досуга), выявляются коммуникативные границы, обусловливающие возможности культурной политики.
Ключевые слова: *органы управления сферой культуры, образовательные учреждения сферы культуры, театры, музеи, библиотеки, учреждения культуры и досуга, интернет-пространство.*

В начале XXI в. в условиях бурного развития информационно-коммуникационных технологий значимой (но пока недостаточно используемой и изученной) средой капитализации культуры становится интернет-пространство.

За последние 20 лет агенты культурного пространства Западной Сибири, как и страны в целом, пережили значительные изменения, коснувшиеся фактически всех сторон их деятельности – от организационных вопросов до сферы управления. В последнее время главным помощником в этих вопросах является сеть Интернет, ставшая неотъемлемой частью всех сфер жизни российского общества и снявшая значительные ограничения. Именно это явление играет большую роль в развитии интеграционных процессов агентов культурного пространства как на локальном (город, область, край, республика), так и на общегосударственном (федеральный округ, государство) уровнях.

Анализу были подвергнуты агенты культурного пространства, имеющие отдельные сайты, шести регионов Западной Сибири: Омской, Томской, Новосибирской и Кемеровской областей, Алтайского края и Республики Алтай. В первую очередь анализировались сайты органов управления сферой культуры Западно-Сибирского региона, затем представители театральной жизни, музейного и библиотечного дела, организации культуры и досуга и образовательные учреждения сферы культуры.

Было проанализировано состояние инфраструктуры агентов культурного пространства в интернет-среде по ряду параметров:

– наличие интернет-представительства (сайта), определение его типа;
– выявление обновляемости и актуальности информации на сайте;
– определение разветвленности и наполняемости;
– наличие обратной связи;
– представление новационных форм работы;
– отражение взаимодействия агентов культурного пространства;
– мультиязычность;
– посещаемость.

Сайт Департамента по культуре Томской области (http://depculture.tomsk.gov.ru) создан в 2009 г. на достаточно простой, но надежной программной платформе. Регулярно на нем публикуются новости культуры областного значения, подводятся итоги конкурсов, анонсируются выставки и концерты. Дизайн сайта не является сильной стороной данного ресурса; очевидно, заказчик не ставил задачи создания визуально комфортной среды. Для удобства пользователей имеется возможность трансляции новостной ленты в RSS-потоке. Интерактивную связь с посетителями обеспечивает раздел «Вопрос – ответ» и опубликованный телефон доверия. Среди прочих документов на сайте можно найти отчеты о деятельности как самого департамента, так и подведомственных учреждений – областного театра драмы, областной филармонии и пр. Имеются ссылки на нормативные документы.

Сайт Министерства культуры Новосибирской области (http://mk.nso.ru) создан на современном программном движке, обладает значительной визуальной привлекательностью. Ресурс регулярно наполняется качественными иллюстрированными новостями, имеет интуитивно понятную структуру. Считаем правильным отдельно отметить наличие на сайте современных средств коммуникации, это интерактивная форма обратной связи и блог министра культуры НСО (http://www.edu54.ru/yaroslavtseva). При помощи баннерной рекламы сайт дополнительно освещает события на культурных площадках области в театрах и музеях. Обеспечена возможность трансляции новостей в нескольких RSS-потоках.

Сайт Департамента культуры и национальной политики Кемеровской области (http://depcult.ru) выполнен с учетом актуальных тенденций в интернет-дизайне, выглядит современно и привлекательно. Из прочих аналогичных ресурсов его выделяет оригинальное представление информации в виде двух динамических и одного статического столбца и горизонтальной строки меню. В левом столбце – календарь и знаменательные события на текущую дату, посередине – новостная лента, справа контактная информация, баннеры, информация от начальника департамента и пр. Интересно, что многие новости сопровождаются даже не фотографией, а видеосюжетами. Есть раздел «Культурная карта Кузбасса», в котором в интерактивной форме можно ознакомиться с учреждениями культуры по всей области, событиями в районах. Посетителю довольно удобно обратиться к разделу «Афиша», где можно узнать актуальную информацию о театральных, музейных и выставочных событиях ближайших дней.

Сайт Министерства культуры Омской области (http://mkt.omskportal.ru) существует в структуре единого портала правительства Омской области, выполнен в едином дизайне с другими органами исполнительной власти и работает на одной программной и серверной платформе. Внешне выглядит довольно просто и не изобилует визуальными излишествами. Вместе с тем ресурс полностью сохраняет функциональность, необходимую для подобного рода сайтов, хотя встроенность сайта в единый портал создает некоторые неудобства: посетителю не всегда сразу понятно, относится ли какая-либо конкретная ссылка к сайту министерства или ко всему порталу правительства. По той же причине при анализе ресурса

нет возможности разграничить функционал данного сайта и общий функционал портала правительства.

Сайт Управления Алтайского края по культуре и архивному делу (http://www.culture22.ru). Организационное сведение руководства культурой в Алтайском крае до уровня управления и организационное соединение культуры с архивным делом иллюстрирует приоритеты руководства края в данной сфере. Очевидно, такой подход не смог не сказаться и на финансировании соответствующего интернет-ресурса. Сайт выполнен на бесплатном программном движке типа Wordpress, соответственно имеет достаточно скромную функциональность и наполняемость. Обратная связь кроме прочего обеспечивается разделом «Приемная», где публикуются вопросы граждан и ответы на них руководства управления. Судя по всему, раздел этот мало востребован. Тем не менее новостная лента обновляется постоянно, многие новости дополнены фотографиями.

Сайт Министерства культуры Республики Алтай (http://www.culture-altai.ru) выполнен в 2011 г. на современном движке, но функционал программной платформы пока использован не в полном объеме. Здесь имеется возможность подписки на новости в виде RSS-трансляции, возможность динамического изменения размера шрифта (удобно для людей со слабым зрением, если сразу догадаться и попасть в нужную пиктограмму). Ресурс обновляется 2–3 раза в неделю – реже, чем в других регионах. Вероятно, это связано со спецификой региона и слабой его насыщенностью культурными событиями. Сайт содержит все разделы, формально требуемые для органов госвласти, имеется несколько баннерных анонсов культурных мероприятий. Имеются ссылки на портал Республики Алтай, Министерство культуры РФ, ФЦП «Культура России» и пр.

Подводя итог анализа сайтов органов управления культуры сибирского региона, можно сделать следующие выводы.

Каждый регион по-своему создает и обеспечивает функционирование интернет-представительств собственных органов управления. Качество ресурса, функциональность, актуальность и привлекательность дизайна тесно связаны с финансированием отрасли культуры и во многом иллюстрируют приоритетность данной сферы в каждом отдельном регионе.

В этой связи был составлен экспертный комплексный рейтинг качества соответствующих сайтов в субъектах Федерации. Комплексно оценивали по 10-балльной шкале и без разделения на суммируемые показатели. Полученный результат представлен в табл. 1.

Таблица 1

Комплексный рейтинг качества сайтов органов управления сферой культуры

Место в рейтинге	Регион
1	Кемеровская область
2	Новосибирская область
3	Томская область
4	Омская область
5	Республика Алтай
6	Алтайский край

В дальнейшем были проанализированы сайты непосредственно культурных агентов обозначенных субъектов Федерации, которые выявлялись с помощью поисковых систем, порталов и электронного справочника организаций «2ГИС» по городам Новосибирск, Кемерово, Томск, Омск, Барнаул, Горно-Алтайск, Новокузнецк. В результате было выявлено 119 субъектов культурного пространства, имеющих свой сайт в сети Интернет. Наибольшее количество интернет-представительств агентов культурного пространства выявлено в Кемеровской и Новосибирской областях – по 29 и 28 соответственно. В Томской, Омской областях и Алтайском крае – по 23, 21 и 16 соответственно. Наименьшее количество сайтов культурных агентов было выявлено в Республике Алтай – всего 2. При обращении к сайтам агентов анализировались дизайн, адекватность и актуальность контента, возможности обратной связи, мультиязычность, инновационность, интеграция с популярными социальными сетями, посещаемость, интеграция с другими представителями культурного пространства (взаимодействие в процессе реализации совместных проектов).

В результате проведенного анализа состояния инфраструктуры агентов культурного пространства в сети Интернет были выявлены следующие моменты:

– подавляющее большинство сайтов по своему типу являются сайтами-визитками или представительскими;

– в ряде случаев URL отдельных сайтов имеет кириллическое написание, так, например, Томский областной дворец народного творчества «Авангард» – http://дктавангард.рф и Новосибирский театр музыкальной комедии – http://музком.рф;

– актуальность и обновляемость информации, за редким исключением, на достаточно высоком уровне. Адекватнее всех на изменение условий реагируют образовательные учреждения, театры и библиотеки, затем учреждения культуры и досуга и музеи;

– все агенты культурного пространства имеют разветвленную многоуровневую (от 2 уровней) структуру своих сайтов, наполняемость которых можно оценить в целом на «хорошо»;

– что касается новационных форм работы, таких как продажа билетов через интернет-сайт, блоговые обсуждения, удаленные формы работы с посетителями, 3D-экскурсии или виртуальные туры и пр., то таковых среди сайтов культурных агентов Западно-Сибирского региона практически половина. Ведущими в этом процессе являются театры, особенно Новосибирской, Кемеровской и Томской областей, которые осуществляют on-line продажу билетов на свои спектакли. Ряд музеев этих же областей имеет 3D-экскурсии или виртуальные туры;

– выявлено значительное количество баннерной рекламы спонсоров, особенно на сайтах театров и учреждений культуры и досуга. Имеется значительное количество ссылок-баннеров на профильные сайты других культурных агентов. Так, музеи ссылаются на портал «Музеи России» и на сайты своих коллег, библиотеки – на региональную библиотечную систему и т.д. Кроссагентных (ссылки библиотек на сайты музеев, или ссылки театров на сайты библиотек и т.д.) связей выявлено не было;

– фактически все культурные агенты (за исключением библиотек!), играющие активную роль в культурном пространстве региона, имеют свое представительство в социальных сетях, что выражается в наличии на сайте ссылок на такие социальные сети, как «ВКонтакте», «Twitter», «Одноклассники», «Мой мир», «Facebook» и др. Наиболее популярной социальной сетью является «ВКонтакте». На ряде сайтов театров и музеев имеются ссылки на «ЖЖ» (Живой журнал), где ведутся обсуждения последних событий (спектаклей, выставок, итогов гастролей) и YouTube (видеофрагменты спектаклей, проморолики);

– мультиязычность не характерна для сайтов культурных агентов: фактически все сайты имеют информацию только на русском языке, исключение составляют сайты образовательных учреждений, ряда театров и музеев (из общего числа сайтов культурных агентов (119) мультиязычный контент имеют лишь 19, причем большинство – в Новосибирской области. Агенты культурного пространства Алтайского края и Республики Алтай вообще не имеют мультиязычных сайтов);

– отражение совместных проектов с другими агентами культурного пространства (кроссагентные связи) не выявлены. Имеется информация лишь о внутренних проектах (в сфере библиотечного или музейного, в т.ч. дела международные). Исключение составляет проект 2007 г. «Редкая книга», осуществленный в рамках премьеры спектакля «Оскар и Розовая дама» городским драматическим театром «Студия» Л. Ермолаевой (г. Омск) и омскими областными библиотеками;

– посещаемость сайтов можно выяснить по счетчикам, но их данные не всегда можно понять, а в ряде случаев счетчики отсутствуют вовсе (из 119 культурных агентов счетчики на сайтах имеют лишь 69).

В табл. 2 по результатам анализа представлен рейтинг сфер культурных агентов по степени интернет-активности.

Таблица 2

Место в рейтинге	Сфера культурного пространства
1	Театральное дело
2	Образовательные учреждения
3	Музеи
4	Учреждения культуры и досуга
5	Библиотеки

Таким образом, проведенный анализ сайтов культурных агентов Западно-Сибирского региона позволяет сделать ряд выводов:

– из всех учреждений сферы культуры, имеющихся в регионе, сайты имеют лишь 20 %, что свидетельствует о слабой активности сферы культуры в интернет-пространстве;

– наиболее активными участниками интернет-пространства являются театры, образовательные учреждения и музеи, которые готовы внедрять в свою деятельность новационные формы;

– низкая эффективность использования, скорее всего вследствие неумения, такого инструмента, как Интернет, для развития собственной деятельности, не говоря о кроссагентных проектах (в основном учреждения презентуют

себя – также не очень умело – или отчитываются за какой-либо период своей деятельности, о привлечении дополнительных финансовых, и не только, ресурсов речь пока не идет).

Слабое представительство агентов культурной сферы в интернет-пространстве позволяет констатировать недостаточную эффективность культурной политики в целом в Западно-Сибирском регионе.