

ГУДОШНИКОВА А. А., АГЕЕВА Г. М.
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА ФИННО-УГОРСКОЙ ТЕМАТИКИ
В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье анализируются медиа-ресурсы финно-угорской проблематики, представленные в сети Интернет. Особое внимание уделено блогам и социальным сетям как социальным медиа.

Ключевые слова: Интернет, медиасреда, социальные сети, информационные ресурсы, блоги, социальные медиа, финно-угры.

GUDOSHNIKOVA A. A., AGEeva G. M.
INTERNET SOCIAL MEDIA ON FINNO-UGRIC ISSUES

Abstract. The article analyzes the Internet media resources dealing with Finno-Ugric issues. The authors focus on blogs and social networks as parts of social media.

Keywords: Internet, media environment, social networks, information resources, blogs, social media, Finno-Ugric.

С каждым годом пользователей Интернета становится все больше, что предполагает рост и разнообразие интернет-услуг. Просмотр обычного мультимедиа и текста в браузере уже не устраивает пользователей. Все большую популярность набирают сайты, где есть возможность взаимодействия людей друг с другом посредством данного сайта. Такого рода сайты (социальные сети, форумы, фото- и видеохостинги, блоги, живые журналы) имеют обобщенное название – «социальные медиа».

Социальные медиа широко востребованы в Интернете, привлекают внимание исследователей, поскольку проникают во многие сферы жизни и становятся ее неотъемлемой частью. Таким образом, социальные медиа являются ключевым элементом для развития информационного общества, в скором времени они будут неотъемлемым инструментом для любой деятельности. Мы вступили в эпоху «социальных медиа».

Социальные медиа – это многозначный термин, объединяющий различные online технологии в Интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи [3].

Чаты, форумы, ICQ, Skype, социальные сети – все это социальные медиа, которые помогают нам общаться и обмениваться новостями, видео, фото, музыкой и ссылками на все интересное, что привлекло наше внимание.

Начиналось все в конце прошлого века с досок объявлений и форумов. Именно эти ресурсы открыли для пользователей возможность неограниченной коммуникации. Они прошли долгий путь, прежде чем превратились в крупные социальные сети. И продолжают ежегодно развиваться.

Социальные сети на сегодняшний день – это вершина взаимодействия в рамках социальных медиа.

По данным «Исследования российских социальных медиа – 2010», проведенного агентством «Роуз креативные стратегии», около 28 % российских интернет-пользователей ищут информацию о брендах в социальных медиа перед тем, как совершить покупку. Это свидетельствует об относительно высоком уровне доверия к информации, размещаемой в социальных сетях – значительно более высоком по сравнению со стандартным уровнем доверия рекламе (14 %) [12].

Почти 90 % тех, кто читал о брендах (отзывы других пользователей и тематические посты) в социальных сетях перед совершением покупки, утверждают, что прочитанное повлияло на их выбор. 24 % (или примерно 1 из 4 российских интернет-пользователей) полагаются на социальные медиа перед совершением покупки [Ibidem].

По данным исследования, почти 37 % российских интернет-пользователей участвуют в дискуссиях о продуктах и услугах в социальных сетях. Это означает, что более одной трети пользователей узнают о брендах из социальных медиа. 58 % российских интернет-пользователей смотрят рекламу брендов онлайн. Это означает, что российская интернет-аудитория по количеству просмотров рекламы на сегодняшний день конкурирует с телевизионной аудиторией. Более 42 % российских интернет-пользователей считают, что социальные сети сближают людей. Многие признаются в том, что социальные сети стирают границы, которые существуют в офлайн-коммуникации [Ibidem].

Результаты опросов ВЦИОМ следующие: порядка 62 % пользователей доверяют отзывам в социальных сетях, 47 % верят советам на форумах и в блогах и 48 % ориентируются при выборе на отзывы на сайтах [13].

Появление медийного пространства значительным образом повлияло на формирование ключевых маркеров идентичности финно-угорского мира. Раньше он был более замкнут сам на себя, то теперь является частью гораздо более широкого информационного пространства, которое по степени влияния и охвата превосходит финно-угорское [1].

В современном мире народ, не имеющий своего представительства в интернет-пространстве, не имеющий своей собственной медийной среды, в большей мере склонен к утрате своей субъектности.

Такому народу сложнее сохранить свой язык, свое собственное лицо, он подвержен размыванию в среде этнического большинства.

Медийная среда – место виртуального сбора финно-угорского народа. Информационное пространство связывает и офлайновые финно-угорские институты.

На сегодняшний день ситуация с социальными медиа финно-угорской направленности обстоит не самым лучшим образом. Речь не идет о финно-угорских блогах.

Основная причина, как правило, отсутствие заинтересованной целевой аудитории. Для увеличения читаемости и посещаемости финно-угорских социальных медиа необходимо иметь четкую, подготовленную аудиторию. Поэтому необходимо работать над созданием развивающейся, модернизированной, ориентированной на современность платформы социальных медиа.

В 2008 г. появилась первая специализированная финно-угорская социальная сеть «Уралистика». По мнению создателей, этот ресурс должен стать альтернативой уже существующим сообществам финно-угров в прочих социальных сетях Рунета.

Социальная сеть «Уралистика» – это место, где можно установить сотрудничество с активистами финно-угорского движения из разных частей света, вести свою личную страничку (блог, фотоальбом, собственная аудио- и видеотека), загружать файлы, создавать группы по интересам, принимать участие в интересных дискуссиях [8].

Одной из функций социальной сети «ВКонтакте» является создание групп и просмотр уже имеющихся. Здесь образовались большие пользовательские финно-угорские группы. Например, группа «Финно-угры» представляет информацию финно-угорской тематики: видео, фотографии, познавательные статьи. Данная группа является электронной площадкой для общения представителей финно-угорских и самодийских народов, проживающих во всех уголках мира. Есть ссылки и на другие группы и сообщества финно-угорского мира [10].

Социальная сеть, как правило, предполагает ни к чему не обязывающее общение, обмен текстовыми посланиями, аудио- и видео материалами. Группы предлагают темы для обсуждения, опубликовав их на «стене». «Стена» – место всеобщего обозрения, записи на которой открыты для всех, их может прокомментировать любой желающий. Темы в основном такие: «Как остановить депопуляцию финно-угров?», «Как избежать ситуации, когда титульная нация становится не титульной в своем регионе?» и т. д.

Говоря о группах сети «ВКонтакте», можно привести в качестве примера и «первую официальную группу о Мордовии» «Мордовская братва». Здесь присутствуют материалы аудио- и видеοформата. Указан список тегов, т. е. тем для общения, который постоянно пополняется, например, «Мордовия», «Рузаевка», «Саранск» и т. д. В данной группе можно найти земляков и единомышленников, обсудить экономические, политические и социальные проблемы, а можно просто пообщаться и приятно провести время за просмотром видеозаписей [4]. «Мордовская братва» также предоставляет ряд ссылок на группы по интересам: «Моя солнечная Мордовия» – объединение уроженцев Мордовской АССР, сейчас Республики Мордовия; «Сообщество Мордовии. Барахолка. Объявления Саранск» – данное сообщество представляет собой своего рода виртуальный торговый центр, содержит множество объявлений.

Немалый интерес вызывает открытая группа «Эрзянский интерфейс ВКонтакте.ру» – это инициативная группа по переводу интерфейса ВКонтакте.ру на эрзянский язык. Обсуждения содержат 12 тем, среди которых: «Перевод главного меню», «Непереведенные надписи» и т. д. В данной группе содержится ссылка на не менее интересное сообщество – «Эрзяне объединяемся! Эрзят вейсэ виевтяно!» Приветствие, описание и новости на стене группы исключительно на национальном языке. Аудиозаписи содержат мордовские песни, в исполнении Евгения Самаркина, Бакич Видяя и др. [11].

Ядро удмуртской нации в социальной сети «ВКонтакте» представляет группа «Удмуртлык».

«Удмуртлык» – удмуртское медиа №1. Именно медийная среда сегодня может быть той матрицей, из которой могут быть произведены другие институты современной нации. «Удмуртлык» – место виртуального сбора удмуртского народа, всеудмуртская контактная площадка. Вне этой площадки, конечно, есть и удмурты, и удмуртская среда, и кое-какие удмуртские институты. Их самовоспроизводство в современных условиях почти целиком зависит от развития общего информационного пространства, которое состыковывает и связывает другие, в том числе офлайновые, институты удмуртского общества.

Нация – это народ, имеющий государственность, собственные институты, которые позволяют ему поддерживать единство, активно общаться между собой и самовоспроизводиться. Сегодня становится совершенно очевидным, что без собственного институционального пространства воспроизводство удмуртского народа становится негарантированным. Без собственной системы институтов невозможно складывание удмуртского общества, а удмуртская среда может распасться на социальные атомы индивидуальных представителей удмуртского национального меньшинства

Еще историки XX века утверждали, что нации создаются при участии газет, формирующих общую информационную картину для определенной группы людей и работающих на выработку актуальной повестки для этой группы людей. Отличие нашего времени состоит в том, что роль газет выполняют новые образования – социальные сети.

В газете имеется редколлегия, авторский коллектив, позиция редакции и читатели, потребители контента журналистов. В наше время граница между авторами контента и его потребителями стирается, а сами они все чаще вступают в кооперацию друг с другом. Еще век назад этнические ценности формулировали лидеры сообществ, сегодня этот процесс открыт для всех членов сообщества. Будучи ключевым местом сбора удмуртов, «Удмуртлык» должен взять на себя задачу развертывания институтов в офлайне. Это означает, что «Удмуртлык» становится местом, где отныне будут реализовываться официальные внутриудмуртские выборы, опросы, координация совместных действий [6].

Удмуртская молодежная общественная организация «Шунды» также представлена в социальной сети «ВКонтакте». Цель организации: сохранение и развитие удмуртского языка и культуры, содействие росту национального и социального самосознания молодых удмуртов [7].

В качестве примера еще одной социальной сети, в которой функционируют пользовательская финно-угорские группа «Финно-угорский мир», выступает «Мой Мир@Mail.ru».

«Финно-угорский мир» – общественно-политическое сообщество, посвященное финно-уграм и всем, кто симпатизирует их культуре, языку и истории. Здесь также представлены аудио- и фотоматериалы. Фотографии размещены в отдельных альбомах с соответствующими заголовками: письменность, географические карты, святые места, народные творения, родная природа, малая родина и т. д.

Группа предлагает следующие темы для обсуждения: финно-угорские народы, история, культура, вера, традиции, национальное образование, наука, общество, общественные объединения, демократия, права и свободы, гражданское общество, консолидация общества [9].

«Удмурт Интернет» (блог об удмуртских сайтах)

Острая потребность в существовании удмуртоязычного Интернета наблюдается у групп людей, численность которых не велика. 100 человек в сутки – стандартная посещаемость самого популярного удмуртского ресурса – группы «Удмуртлык» «ВКонтакте».

На новые сайты и блоги, созданные за последние 2 года, ходят те же самые люди и попадают они на них преимущественно из социальных сетей. Доля поисковых переходов, задаваемых на удмуртском языке, ничтожно мала, а пользователи ищут удмуртский контент, задавая русскоязычные запросы.

Несмотря на это, в последние годы активно создаются удмуртские сайты. Суть заключается в том, что в удмуртской культуре все работает наоборот. Если по стандарту спрос порождает предложение, то в случае с удмуртским Интернетом и вообще культурой предложение порождает спрос. Среди людей, интересующихся удмуртским Интернетом и изучающих удмуртские события в Интернете, есть 10 % создателей культурных продуктов, которые являются достаточно успешными и сами порождают спрос. В основе этих продуктов лежат удмуртские события, стихи, заметки, фотографии с мест событий, звуки, картинки, которые распространяются моментально в Интернете. Не было бы таких активистов, не был бы никому нужен удмуртский Интернет.

Существуют две проблемы на пути развития «удмуртнета»:

- недооценка владения собственным языком;
- недооценка возможностей родного языка.

Эти проблемы частично решились с появлением социальных сетей, в частности группы «Удмуртлык» и других удмуртских групп «ВКонтакте». Социальные сети обладают атмосферой дружелюбия, доверия, неформального общения, в которой забываются недостатки твоей речи, и все, что хочется выплеснуть, пользователь выплескивает.

Удмуртские блоги тоже эволюционируют. Наряду с текстовым контентом появляется и медийный контент: звуки и видеопосты.

На фоне эволюции стандартных блогов к блогам с медийным содержанием заслуживает внимание проект Павла Поздеева – видеоканал Yumshan Promo. Сейчас это просто очень популярный канал на YouTube, но его можно трансформировать в видеоблог с текстовыми описаниями. Уникальные тексты в поисковых системах сейчас не редкость, поэтому требуется комплексный контент – контент медийный, который все больше и больше захватывает сознание пользователя [5].

Рассмотрим еще один проект – «Komi Forum.ru» (главный форум Республики Коми). Данный форум предполагает общение на любые темы. Информация разбита на блоки по интересам. Все гости форума могут просматривать данный раздел, но создавать новые темы и отвечать на сообщения могут лишь зарегистрированные пользователи.

«Komi Forum.ru» содержит следующие разделы:

«Республика Коми» – сгруппирована информация о столичной жизни, бизнесе в Коми, образовании, культуре и искусству, политике, поиске людей и т.д.

В разделе «Тематические форумы» указан следующий набор тегов: информационные системы, компьютерные игры, клуб автомобилистов.

«Обо всем» – раздел, в котором можно найти много интересной и полезной информации об увлечениях, отношениях между людьми, а также о здоровье [2].

Еще один интересный ресурс – Живой журнал – бесплатная блог платформа, позволяющая вести свой дневник в Интернете. Пользователи создают свои странички, делятся мыслями. Этнофутурист Мерянь Андю в своем блоге публикует отчет о путешествии в город Буй Костромской области. В блоге он анализирует не только исторические свидетельства широкого мерянского присутствия на этих территориях, но и вглядывается в лица местных жителей, пытаясь расшифровать их антропологию. Андю публикует отрывок из статьи в журнале «Итоги», посвященной появлению новых или возрождению «спящих» идентичностей России. В комментариях к записи разворачивается обстоятельная дискуссия о том, является ли мерянское возрождение искусственным конструированием или самым что ни на есть обретением утраченного наследия.

Ведение блогов вызвано желанием общения. Для финно-угорского мира, объединившегося в электронной среде сравнительно недавно, блоги и социальные сети являются универсальным средством массовой коммуникации.

Сеть сплетает всех в единое целое, укрепляет связи. Расстояние перестает быть преградой.

Мы попытались выявить закономерности развития отдельного сегмента финно-угорского электронного информационного пространства – социальных медиа, структурировали цифровые массивы, сравнили содержательное наполнение и возможности этих ресурсов.

Хотя специалисты с осторожностью отзываются о целесообразности и эффективности мониторинга электронной среды, подчеркивая относительность и низкую результативность оценок. Причинами этого являются: высокая динамичность данной области, отсутствие четкого определения основных объектов и скоординированного сбора необходимых данных. Тем не менее, промежуточные итоги регулярно подводятся и позволяют корректировать деятельность в указанном направлении, выстраивать перспективы.

ЛИТЕРАТУРА

1. DV-Reclama.ru [Электронный ресурс] : [дальневосточ. информ.- реклам. портал]. – Хабаровск, 2005– . – URL: <http://www.dv-reclama.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
2. Komiforum.ru [Электронный ресурс] : форум. – [Б. м.], 2009– . – URL: <http://www.komiforum.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
3. Ритм жизни [Электронный ресурс] : [блог]. – [Б. м.], 2011– . – URL: <http://ritmlife.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
4. Сообщество жителей Мордовии. Мордовская братва [Электронный ресурс].– Рузаевка, [2009–]. – URL: <http://vk.com/republicmordovia> (дата обращения: 14.03.2013).
5. Удмурт Интернет [Электронный ресурс] : блог. – [Ижевск], 2009– . – URL: <http://www.kazak-of-sky.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
6. Удмуртлык [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2007–]. – URL: <http://udmurtlyk.ru> (дата обращения: 14.03.2013).
7. УМОО «ШУНДЫ» [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2008–]. – URL: <http://vk.com/shundy> (дата обращения: 14.03.2013).
8. Уралистика [Электронный ресурс]. – Ижевск, [2008–]. – URL: <http://uralistica.com> (дата обращения: 14.03.2013).
9. Финно-угорский мир [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2011–]. – URL: <http://my.mail.ru/community/finnougricworld> (дата обращения 14.03.2013).
10. Финно-угры [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2014–]. – URL: http://vk.com/finno_ugric (дата обращения: 14.03.2013).
11. Эрзянский интерфейс ВКонтакте.ру [Электронный ресурс]. – [Б. м.], [2008–]. – URL: <http://vk.com/club2006532> (дата обращения: 14.03.2013).
12. Исследование социальных медиа в России [Электронный ресурс] // Cossa.ru : информ. портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – [Б. м.], [2010–]. – URL: <http://www.cossa.ru/articles/149> (дата обращения: 14.03.2013).
13. Социальные сети в России сегодня. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] // Частный корреспондент. – 2013. – 31 янв. – URL: http://www.chaskor.ru/article/sotsialnye_seti_v_rossii_segodnya_30886 (дата обращения: 14.03.2013).