

УДК 008

ТЕОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ КУЛЬТУРОЛОГИИ КАК СИСТЕМНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Гук Алексей Александрович, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры фотовидеотворчества, Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово, РФ). E-mail: guk56mai@mail.ru

Для медийной культуры характерна тотальность ее распространения и развития. Она оказывает мощнейшее влияние на все сферы жизни современного общества. Ученые различных научных специальностей пытаются осмыслить феномен медийной культуры. Однако с позиции культурологии медийная культура изучена явно недостаточно. В данном исследовании, опираясь на системную методологию в культурологии, предпринята попытка обозначить системообразующий признак медийной культуры. Он сконцентрирован в понятии медиаформы, для которой характерны следующие признаки: тиражно-репродуцирующий способ формирования медиасообщений; индивидуально-массовая форма созидания и потребления медиатекстов; их трансграничность и доступность; виртуальная коммуникативность процесса. Как целостная система, реализующая свои внутренние функции, медийная культура является собой: а) совокупность воплощенных ценностей технической природы; б) особый вид активности (деятельности) культуротворческого характера; в) сочетание определенных качеств личности человека. Как система, реализующая свои внешние функции, медийная культура может быть рассмотрена относительно трех глобальных систем: общества, личности, культуры.

Ключевые слова: медиакультура, культурология, системный анализ, медиаформа.

THEORY OF NATIONAL MEDIA CULTURE IN THE CONTEXT OF SELF-DETERMINATION OF CULTUROLOGY AS A SYSTEM DISCIPLINE

Guk Aleksey Aleksandrovich, Dr of Philosophical Sciences, Associate Professor, Professor of Department of Photo and Video Creativity, Kemerovo State University of Culture (Kemerovo, Russian Federation). E-mail: guk56mai@mail.ru

Media culture is characterized by the totality of its distribution and development. It has a powerful impact on all spheres of life of modern society. The scientists of different scientific disciplines are trying to comprehend the phenomenon of media culture. However, from the perspective of culturology, media culture is studied not enough. This revision, based on a systemic methodology in culturology, makes an attempt to identify system-a sign of media culture. It is concentrated in the media form concept, which is characterized by the following features: print-forming method of media text; individual form of media text creation and consumption; their cross-border nature and accessibility; virtual communication processes. As a complete system, which implements its own internal functions, media culture is a: a) a set of values embodied by technical nature; b) a special kind of culture creative activity (activities); c) a combination of certain qualities of human personality. As a system, implementing its external functions, media culture can be considered respectively to three global systems: community, personality, and culture.

Keywords: media culture, culturology, system analysis, media form.

Изучение медийной культуры как в нашей стране, так и за рубежом имеет свои научные традиции. Это многогранное явление уже достаточно давно интересует представителей социально-

гуманитарных наук – философов, педагогических работников, искусствоведов, филологов, психологов, историков, специалистов теории коммуникации и т. д.

Для них медийная культура, прежде всего, исследовательский объект, в рамках которого вычленяются определенные проблемы, соответствующие предметно-специфическому полю конкретной науки. Например, философский подход в изучении медийной культуры предполагает ее осмысление по отношению к бытию вообще как форме деятельности, по отношению к индивидуальному и общественному сознанию, в которых она отражается и т. п. Педагогические исследования медийной культуры акцентируют внимание на вопросах формирования тех или иных компетенций личности человека, связанных с созданием и потреблением медийных текстов. Искусствоведческий анализ медиакультуры неизбежно выводит исследователей на отношения с художественной реальностью, образностью, художественной методологией и т. д.

Естественно, что свой интерес к медийной культуре есть и у культурологов. При этом неизбежно возникает вопрос о специфичности культурологического подхода в изучении медийной культуры. В настоящее время однозначно ответить на этот вопрос невозможно. Дело в том, что культурология как научная дисциплина находится в стадии своего становления. Сегодня нет единого мнения относительно предмета изучения культурологии, специфичности культурологического знания и культурологического метода исследования. Между тем без уяснения этих фундаментальных вопросов невозможно понять медийную культуру с позиции культурологии.

В последнее десятилетие, на наш взгляд, происходит постепенное осознание культурологии как самостоятельной научной дисциплины. Это стало возможным благодаря интеллектуальным усилиям ряда отечественных ученых. Что касается западных представлений о культурологии, то они, по общему мнению, исходят из понимания ее только как культурной антропологии, что, естественно, не исчерпывает ее сути и не отражает разносторонний характер ее исследовательского пространства.

Конечно, и западные ученые предпринимали попытки осмыслить культурологию как особую научную сферу, но существенно продвинуться в этом плане им не удалось (концепция универсальной эволюции культуры (Л. Уайт), концепция мультилинейной эволюции культуры (Дж. Стю-

ард), концепция специфической эволюции культуры (Э. Сервис, М. Салинс) [8, с. 110].

Анализ наиболее значимых работ отечественных культурологов показывает, что чаще всего при осмыслении предметного поля культурологии и ее метода продуцируется идея *системности*, которая, естественно, интерпретируется ими по-разному.

Идею системности культурологии можно рассматривать применительно к *предмету* ее изучения, *методу* исследования, культурологическому *знанию*.

Предмет той или иной науки – это нечто специфическое, определяющее качественное своеобразие ее проблемного поля. Формулировка предмета культурологии неразрывно связана с тем, как понимается, интерпретируется сама культура.

Представители Санкт-Петербургской научной школы рассматривают культуру как сверхсложное системное образование. С точки зрения С. Н. Иконниковой, культурология выявляет инвариантные (устойчивые) структуры культурных феноменов и их историческую динамику [7, с. 43]. Для нее важнейшей характеристикой культуры является ее целостность. Соответственно, культурология – это «системная рефлексия о культуре как целостности» [21, с. 17]. Для М. С. Кагана и Ю. Н. Солонина культура – это система систем, постичь которую «в реальной целостности и полноте конкретных форм ее существования, в ее строении, функционировании и развитии можно только с позиций системного мышления» [13, с. 19].

Аналогично рассматривают культурологию представители Московской научной школы. В частности, авторы книги «Введение в социологию искусства» полагают, что в центре внимания культурологов должна находиться культура «как некий целостный системный феномен, его общесистемные параметры, смысл и логика их изменений от одной культурной эпохи к другой» [3, с. 109].

С их точки зрения культура представляет собой сложную адаптивную систему специфической природы, соответственно, главной задачей науки о культуре становится ее изучение как системы, а именно исследование ее сущности, структуры, характеристик, особенностей функционирования

как на уровне системы в целом, так и на уровне ее подсистем [1, с. 18].

Если предмет культурологии носит системный характер, то и ее метод должен содержать этот момент, что не всегда просматривается при его формулировке у отдельных авторов. В. М. Розин пишет, что «культурологический метод содержит три связанных момента – анализ и интерпретация текстов, построение идеальных объектов, создание теории» [18, с. 205]. Г. В. Драч отмечает: «Палеонтологическая реконструкция является в совокупности с “дешифровкой знаковых систем” основным методом и содержанием культурологии как теоретической дисциплины» [4, с. 45]. И. В. Ерёмченко, И. И. Шендрик утверждает, что «метод культурологии включает не только поиск смыслового интегративного единства... но и поиск взаимосвязей и взаимоотношений между условиями реального бытия конкретного эмпирического индивида и артефактами культуры во всем их разнообразии» [6, с. 114].

Логическим продолжением данного подхода является идея рассматривать культурологическое знание как системное знание. В его содержание входит анализ культуры как системы процессов производства, воспроизводства, распространения (трансляции) и сохранения [3, с. 66–67]. Интегративность полагается существенным признаком культурологического знания, которое формируется в «пограничных, междисциплинарных областях, оперирует материалом, накопленным историей культуры, опирается на результаты этнографических, социологических, психологических и других исследований» [14, с. 27]. Культурологическое знание можно представить как систему взглядов на культуру как на знаково-символическое образование, совокупность культурных ценностей и социокультурных институтов [2]. Это не просто суммирующая, а интегрирующая система знания о культурных феноменах «с целью выявления... объяснительного знания о культуре» [16, с. 36–37].

На наш взгляд, наиболее последовательно идея системности культурологии как самостоятельной научной дисциплины проработана в исследованиях Х. Г. Тхагапсоева и Ю. М. Резника. Развивая информационно-семиотическую концепцию культуры, Х. Г. Тхагапсоев предлагает сместить акценты с понимания культуры как суммы неких культурных форм на интерпрета-

цию культуры как «целостной информационно-процессной, смыслопродуцирующей системы, где все основано на динамической референции смыслов, ментальных структур и семиотических объектов» [22, с. 14]. Подобным образом рассматривает культурологию и Ю. М. Резник, которая, по его мнению, с одной стороны, рассматривает «целостные культурные феномены», а с другой – «сквозные» и «интегральные» проблемы, связанные со смыслом данных феноменов. Таким образом, специфическим ракурсом культурологии является изучение смыслообразующих связей и смыслового содержания культуры. Культурологию с другими науками о культуре соединяют «горизонтальные» связи, а «внутри» себя она строится как многоуровневая система, содержащая эпистемологическое, онтологическое, психологическое, этическое и праксиологическое измерения [17, с. 30].

Исходя из такого понимания культурологии как особой научной дисциплины, посмотрим, как проявляются признаки системности при анализе медийной культуры. Существующие исследовательские подходы можно разделить на две категории. В первом из них медийная культура предстает как целостное образование, активно реализующая свои *внешние* социокультурные связи в предметном поле смежных гуманитарных дисциплин (философии, педагогики, социологии, искусствоведении, этики и т. д.). Ко второй категории относятся исследования, анализирующие *внутренние* связи медиаккультуры, ее сущность, структуру, функциональность именно как культурологического феномена.

В большинстве случаев сущностным признаком медийной культуры считается ее коммуникативно-знаковое начало. Вообще культура формируется и функционирует лишь благодаря коммуникации. Только в пространстве коммуникации проявляются ценностно-нормативные, креативные, регулятивные свойства культуры. Коммуникативность была изначально присуща культуре. Применительно к медийной культуре актуальным становится вопрос специфичности данного знаково-коммуникативного начала.

По мнению отдельных исследователей, коммуникации в медийной культуре характерна массовость. Это справедливо, но только в том случае, если ее истоком считать возникновение тиражно-технических средств коммуникации, приводя-

щих к массовому распространению сообщений. Однако медийной культуре присуща не только массовая, но и индивидуальная форма бытования. В связи с этим разводятся такие понятия, как «СМИ» и «масс-медиа». СМИ всегда коллективны и институциональны, а их сообщения носят массовый характер, тогда как сообщения масс-медиа могут быть индивидуализированными и неинституциональными. «Масс-медиа – обозначение организованных технологий..., но эти же технологии могут быть использованы в личных, частных или организационных целях. Те же медиа, что доносят общедоступные сообщения широкой публике, могут транслировать личные объявления, пропагандистские сообщения, просьбы о милосердии, рекламу и огромное множество другой информации [23, с. 15].

Медийная культура на современном этапе своего развития представляет собой инновационную форму «коммуникативной активности в современном глобализирующемся мире» [12, с. 24].

Одной из первых культурологических работ по медиакультуре является исследование Н. Б. Кирилловой. Объектом исследования для нее выступает медиакультура, образованная в результате технического прогресса, основанного на функционировании новых и новейших информационно-коммуникативных технологий. По мнению Н. Б. Кирилловой, «медиакультура – это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности», и представляет собой информационно-коммуникативную систему различной знаковой природы (аудиальной, печатной, визуальной, аудиовизуальной), освоив которую в той или иной степени человек может не только критически оценивать медиатексты, но и создавать их [9, с. 31]. Данный подход можно определить как информационно-коммуникативный или информационно-семиотический. Здесь просматривается трактовка медиакультуры как на уровне общества, так и на уровне отдельной личности.

Еще один исследователь информационного общества Н. И. Коновалова в своей работе рассматривает медиакультуру как грань культуры, как один из важнейших аспектов культурной деятельности вообще. По аналогии с общей культурой, медиакультура имеет связь с социальной природой

человека, являясь продуктом его мыслительной способности [10, с. 5].

Н. И. Коновалова позиционирует медийную культуру относительно индивида, личности. Медиакультура определяется ей как «диалоговый способ взаимодействия человека с информационным обществом, включающий аксиологический, технологический и личностно-творческий компоненты и приводящий к развитию субъектов взаимодействия. Диалоговость взаимодействия выступает одной из базовых характеристик медиакультуры, отражает ее динамическую сторону, поскольку предполагает обратную связь, взаимопонимание, взаимное изменение и развитие субъектов» [10, с. 9].

Диалоговость в данном контексте идентична интерактивности, так как тоже реализует обратную связь и взаимное развитие субъектов. И в этом случае мы имеем дело с коммуникативной теорией медийной культуры, только в лично-индивидуальном измерении.

Непосредственным рассмотрением медиакультуры как целостной системы является работа исследователя мультимедиа И. Г. Елинера. Он придает понятию «мультимедийная система» широкий смысл, определяя ее как «совокупность радио-, кино-, телевизионных и компьютерных каналов, обладающих огромной широтой охвата самой разнообразной целевой аудитории. Будучи сверхмощным средством коммуникации, мультимедийная система не просто воздействует на систему культуры, а становится ее подсистемой, определяющей формы и содержание культурных коммуникаций» [5, с. 21]. Соответственно, медийная культура трактуется им аналогичным образом, как «совокупность средств, технологий, обладающих максимальной силой воздействия на потребителя... за счет аудиовизуальных образов (объединяющих текст, графику, речь, музыку, анимацию, видео и т. д.), позволяющих осуществлять трансляцию и обмен информацией...» [5, с. 21–22]. Данный подход также не выходит за рамки доминирующей *коммуникативной* концепции медиакультуры. Его особенность состоит в том, что в нем подчеркивается *интерактивное* свойство медийной культуры, которое, однако, не обозначено в ее определении.

В. П. Щербаков рассматривает определенные конкретно-исторические типы медиакультуры и их динамику. По его мнению, медиа-

культура прошла три этапа своего становления: I этап – медиакультура 1.0, которая обязана своим возникновением и развитием письменности; II этап – медиакультура 2.0, сформированная мощным распространением массмедиа (СМИ, СМК); III этап – медиакультура 3.0 (современная), в которой господствующее положение занимает интернет-коммуникация [24, с. 404].

Медийная культура для других исследователей – это институциональный сегмент культуры (СМК) и одновременно совокупность дискурсивных практик, осуществляемых в этой сфере. При этом медиакультура в ее современном виде чаще всего обеспечивает социальную коммуникацию посредством электронно-цифровых технологий, что естественно приводит к формированию разновидностей медийной культуры – электронной, цифровой, компьютерной и т. д. И в данном случае воззрение не медийную культуру исходит из представления о ней как о информационно-коммуникативном феномене, в котором можно обнаружить систему средств массовой коммуникации и, соответственно, систему форм и способов информационной деятельности [20, с. 87].

На региональном уровне исследует медийную культуру Ю. Б. Костякова. Ее взгляд на эту сферу (пространство) не выходит за рамки доминирующего коммуникативного подхода. Она выделяет четыре взаимодействующих элемента медийной культуры – СМИ, ее аудитория, медиаинформация и акторы, пытаясь персонафицировать коммуникативные связи между ними [11, с. 14–15].

Еще один исследователь О. В. Мошкина, характеризуя систему медийной культуры, перечисляет следующие ее отличительные особенности: использование медиапродуктов в различных сферах жизнедеятельности, отсутствие территориальных границ, одновременный синтез звукового, визуального, вербального... формирование иного типа мышления, принципов интерактивного восприятия информации, иные отношения автора и читателя [15, с. 97]. В результате системного представления о медийной культуре не возникает, потому что ее признаки выделены относительно не только общества, но и других социокультурных систем, к тому же некоторые из них несут неопределенный характер.

Свой культурологический подход к анализу отечественной медиакультуры демонстрирует и

А. Б. Ройфе, рассматривая последнюю через призму фантастического как смыслообразующую категорию культурного функционирования современной российской медиареальности [19].

Коммуникативная концепция медиакультуры достаточно тесно коррелирует с информационно-семиотическим подходом, который сегодня утверждается в культурологии. Его теоретическим основанием служит понятие *культурной формы*. Это абстрактное обозначение способов организации материальных и духовных продуктов человеческой деятельности, а также типы оформления, технологии, нормы и методы социальной практики людей [1, с. 14].

На наш взгляд, применительно к медиакультуре, можно также оперировать понятием медиаформа. Медиаформа – это результат творческой медиадеятельности (итог опредмечивания медиаценностей) и одновременно объект потребления для медиааудитории (распредмечивания медиаценностей). Таким образом, для культурологии медийная культура – это системное коммуникативное образование, целостность которого обеспечивается наличием медийной формы, обладающей определенной знаково-семиотической природой и особыми техническими возможностями. Специфичность медиакультуры как медиаформы в отличие от культурных феноменов традиционного типа, определяется следующими ее качествами:

- тиражно-репродуцирующим способом бытования;
- индивидуально-массовой формой создания и потребления медиапродуктов;
- трансграничностью, доступностью медиасообщений;
- виртуальной коммуникативностью медиапроцесса.

Эти базисные качества медиакультуры, которая непрерывно развивается и обогащается, приобретают в последнее время иное измерение. Медиакультура сегодня обретает не присущие ей изначально качества интерактивности и конвергентности. В результате чего медиакультура становится полифункциональной и более эффективной.

Медийная культура как целостное системное образование, реализующее свои внутренние функции, может быть рассмотрена как:

- совокупность воплощенных ценностей техногенной природы. Как совокупность цен-

ностей медиакультура умножает их социальное бытие, а также производит новые ценности, более мобильные и вариативные;

- особый вид активности (деятельности) культуротворческого характера. Как способ человеческой деятельности медиакультура интенсифицирует, делает не только массовыми, но индивидуальными процессы взаимодействия людей и культурных артефактов, людей и среды их существования;

- совокупность определенных качеств личности. Как процесс творческой самореализации медиакультура упрощает и демократизирует креативную деятельность, стимулирует к гражданской активности и т. д.

При этом системный анализ медиакультуры при реализации конкретного подхода требует выявления системообразующих признаков медийной культуры, характеристики отдельных элементов и их внутренней взаимосвязи. Конкретные результаты такого изучения медийной культуры могут быть получены в результате использования структурно-морфологического, структурно-семиотического, структурно-функционального, структурно-генетического, структурно-типологического методов.

Медийная культура как системное целое, реализующее свои внешние функции, может быть рассмотрена относительно трех глобальных систем: общества, личности, культуры в целом. Главная функция медийной культуры при этом заключается в том, чтобы обеспечить глобальную коммуникацию на всех уровнях, которая создает условия для выхода в транснациональную культуру.

В нашу задачу не входит развертывание системного анализа медийной культуры в ее внутренних и внешних связях. Это поле деятельности для дальнейшей исследовательской работы.

Подводя итог рассмотрению теоретического состояния медийной культуры в контексте культурологии и культурологического знания в частности, мы пришли к следующим выводам:

- медийная культура как комплексное и многомерное образование изучается представителями многих социально-гуманитарных дисциплин, среди которых философы, педагогические работники, искусствоведы, филологи, психологи, историки, специалистов теории коммуникации и т. д. Однако собственно культурологических исследований медийной культуры крайне мало. Их направленность очевидна. Все они представляют медийную культуру как знаковый коммуникативный феномен, но с разных сторон и аспектов;

- чтобы «схватить» феномен медийной культуры во всей его полноте и богатстве, необходимо полнее и последовательнее использовать системную методологию, которая активно заявила о себе в информационно-семиотической концепции культуры;

- важным системообразующим признаком медийной культуры как коммуникативной системы является понятие медиаформы, которой присущи следующие специфические характеристики: тиражно-репродуцирующий способ бытования; индивидуально-массовая форма созидания и потребления; трансграничность, доступность; виртуальная коммуникативность. Современные тенденции в развитии медиаформы – интерактивность и конвергентность;

- медийная культура как система, реализующая свои внутренние функции, может быть рассмотрена как: совокупность воплощенных ценностей техногенной природы; особый вид активности (деятельности) культуротворческого характера; совокупность определенных качеств личности. Как система, реализующая свои внешние функции, медийная культура может быть исследована относительно трех глобальных систем: общества, личности, культуры в целом. При этом могут быть использованы структурно-морфологический, структурно-семиотический, структурно-функциональный, структурно-генетический, структурно-типологический подходы.

Литература

1. Арушанов В. З., Рябова З. А. Структура и состав современного культурологического знания: учеб. пособие. – М.: МИИТ, 2008. – 52 с.
2. Быховская И. М. Прикладная культурология в структуре научного знания и образовательной практики [Электронный ресурс]. – URL: <http://1aya.ru/paper/art-294166.php> (дата обращения: 10.03.2016).
3. Введение в социологию искусства: учеб. пособие для гуманитар. вузов / под ред. Н. А. Хренова, Е. В. Дукова, В. С. Жидкова, К. Б. Соколова. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.

4. Драч Г. В. Наука о культуре в эпоху постмодерна // *Фундаментальные проблемы современной культурологии*. – СПб., 2007. – С. 32–46.
5. Елинер И. Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе. – СПб.: Искусство России, 2010. – 278 с.
6. Еременко И. В., Шендрик И. И. Специфика метода культурологии как отражение специфики культурологического знания // *Знание. Понимание. Умение*. – 2009. – № 2 – С. 106–115.
7. Иконникова С. Н. Контуры исторической культурологии // *Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора М. С. Кагана: мат-лы Междунар. науч. конф.* – Серия «Symposium». – СПб., 2001. – Вып. 12. – С. 42–51.
8. Калантарян Л. А. Фундаментальные проблемы современной культурной антропологии. Культура как объект философского осмысления // *Кант*. – 2012. – № 2(5). – С. 110–113.
9. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академ. проспект, 2006. – 448 с.
10. Коновалова Н. А. Медиакультура человека в информационном обществе: метод. рекоменд. для сотрудников практ. органов. – Вологда: ВИПЭ ФСИН России, 2013. – 44 с.
11. Костякова Ю. Б. Медиакультурное пространство Хакасии в годы Великой Отечественной войны. – Абакан, 2012. – 180 с.
12. Кузнецова Е. И. Медиакультура в коммуникативном пространстве цивилизаций: монография – Нижний Новгород: ГОУ ВПО НГЛУ, 2008. – 272 с.
13. *Культурология: учебник* / под ред. Ю. Н. Солониной, М. С. Кагана. – М.: Высш. образование, 2007. – 566 с.
14. *Культурология: учебник для студ. техн. вузов* / кол. авт.; под ред. Н. Г. Багдасарьян. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Высш. шк., 2001. – 511 с.
15. Мошкина А. В. Медиакультура как система информационного общества: сущность и специфика // *Вестн. Челябин. гос. акад. культуры и искусств*. – 2014. – № 3(39). – С. 95–98.
16. *Основы культурологии: учеб. пособие* / отв. ред. И. М. Быховская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 496 с.
17. Резник Ю. М. Культурология в системе наук о культуре: новая дисциплина или междисциплинарный проект? // *Фундаментальные проблемы современной культурологии*. – СПб., 2007. – 431 с.
18. Розин В. М. *Культурология: учебник*. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2003. – 462 с.
19. Ройфе А. Б. Отечественная медиакультура: освоение реальности через призму фантастического // *Медиакультура новой России: методология, технологии, практики* / под ред. Н. Б. Кирилловой и др. – Екатеринбург: М., 2007. – С. 337–349.
20. Суший Е. В. Цифровая и традиционная культура: **QUE VADIS? // Коммуникативные стратегии информационного общества**: тр. Междунар. науч.-практ. конф. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 398 с.
21. *Теория культуры: учеб. пособие* / под ред. С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. – СПб.: Питер, 2008. – 592 с.
22. Тхагапсоев Х. Г. К проблеме предметного пространства и научного статуса культурологии // *Фундаментальные проблемы современной культурологии*. – СПб., 2007. – 431 с.
23. Черных А. *Мир современных медиа*. – М.: Территория будущего, 2007. – 312 с.
24. Щербаков В. П. Медиакультура 3.0. – антропологические перспективы // *Прошлое – настоящее – будущее С.-Петербур. гос. ун-та кино и телевидения: мат-лы Всерос. науч. практ. конф. 29–30 окт. 2013 года*. – СПб.: СПбГУКИТ, 2013. – С. 404–407.

References

1. Arushanov V.Z., Ryabova Z.A. *Struktura i sostav sovremennogo kul'turologicheskogo znaniya. Ucheb. posobie* [The structure and composition of contemporary cultural knowledge. Textbook]. Moscow, MIIT Publ., 2008. 52 p. (In Russ.).
2. Bykhovskaya I.M. *Prikladnaya kul'turologiya v strukture nauchnogo znaniya i obrazovatel'noy praktiki* [Applied Culturology in the structure of scientific knowledge and educational practice]. (In Russ.). Available at: <http://1aya.ru/paper/art-294166.php> (accessed 10.03.2016).
3. *Vvedenie v sotsiologiyu iskusstva. Ucheb. posobie dlya gumanitarnykh vuzov* [Introduction to the sociology of art. Proc. aid for humanitarian universities]. Ed. N.A. Hrenov, E.V. Dukov, V.S. Zhidkov, K.B. Sokolov. St. Petersburg, Aleteya Publ., 2001. 256 p. (In Russ.).
4. Drach G.V. *Nauka o kul'ture v epokhu postmoderna* [The science of culture in the postmodern era]. *Fundamental'nye problemy sovremennoy kul'turologii* [Fundamental problems of contemporary culture]. St. Petersburg, 2007, pp. 32-46. (In Russ.).
5. Eliner I.G. *Razvitie mul'timediynoy kul'tury v informatsionnom obshchestve* [The development of culture media in the information society]. St. Petersburg, Russian Art Publ., 2010. 278 p. (In Russ.).

6. Eremenko I.V., Shendrik I.I. Spetsifika metoda kul'turologii kak otrazhenie spetsifiki kul'turologicheskogo znaniya [The specificity of the method of culturology as a reflection of the specificity of culturologic knowledge]. *Znanie. Ponimanie. Umenie [Knowledge. Understanding. Skill]*, 2009, no. 2, pp. 106-115. (In Russ.).
7. Ikonnikova S.N. Kontury istoricheskoy kul'turologii [The contours of the historical cultural studies]. *Metodologiya gumanitarnogo znaniya v perspektive XXI veka. K 80-letiyu professora M.S. Kagana [Methodology of the humanities in the perspective of the XXI century. On the 80th anniversary of Professor M.S. Kagan]*. St. Petersburg, 2001, iss.12, pp. 42-51. (In Russ.).
8. Kalantaryan L.A. Fundamental'nye problemy sovremennoy kul'turnoy antropologii. Kul'tura kak ob'ekt filosofskogo osmysleniya [Fundamental problems of modern cultural anthropology. Culture as a philosophical understanding of the object]. *Kant [Kant]*, 2012, no. 2 (5), pp. 110-113. (In Russ.).
9. Kirillova N.B. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu [Media culture: from modern to postmodern]. Moscow, Academic Prospect Publ., 2006. 448 p. (In Russ.).
10. Konovalova N.A. Mediakul'tura cheloveka v informatsionnom obshchestve: Metodicheskie rekomendatsii dlya sotrudnikov prakticheskikh organov [Human Media Culture in the Information Society: Guidelines for practical enforcement officers]. Vologda, VIPE FSIN of Russia Publ., 2013. 44 p. (In Russ.).
11. Kostyakova Y.B. Mediakul'turnoe prostranstvo Khakasii v gody Velikoy Otechestvennoy voyny [Media cultural space of Khakassia during the Great Patriotic War]. Abakan, 2012. 180 p. (In Russ.).
12. Kuznetsova E.I. Mediakul'tura v kommunikativnom prostranstve tsivilizatsiy. Monografiya [Media Culture in the communicative space civilizations. Monograph]. Nizhniy Novgorod, GOU VPO NGLU Publ., 2008. 272 p. (In Russ.).
13. Kul'turologiya. Uchebnik [Cultural Studies. Textbook]. Ed. Y.N. Solonin, M.S. Kagan. Moscow, Higher Education Publ., 2007. 566 p. (In Russ.).
14. Kul'turologiya. Uchebnik [Cultural Studies. Textbook for students of techn. Universities]. Ed. N.G. Bagdasar'yan. 3rd ed. and ext. Moscow, Executive. wk, 2001. 511 p. (In Russ.).
15. Moshkina A.V. Mediakul'tura kak sistema informatsionnogo obshchestva: sushchnost' i spetsifika [Media Culture as a system of information society: essence and specificity]. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'tury i iskusstv [Vestnik of Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts]*, 2014, no. 3 (39), pp. 95-98. (In Russ.).
16. Osnovy kul'turologii. Uchebnoe posobie [Basics of Cultural Studies. Manual]. Ed. I.M. Bykhovskaya. Moscow, Editorial URSS Publ., 2005. 496 p. (In Russ.).
17. Reznik Y.M. Kul'turologiya v sisteme nauk o kul'ture: novaya distsiplina ili mezhdistsiplinarnyy proekt? [Cultural system of the cultural sciences: a new discipline or an interdisciplinary project?]. *Fundamental'nye problemy sovremennoy kul'turologii [Fundamental problems of contemporary culture]*. St. Petersburg, 2007. 431 p. (In Russ.).
18. Rozin V.M. Kul'turologiya. Uchebnik [Cultural Studies. Textbook]. 2nd ed., Revised. and ext., Moscow, Gardariki Publ., 2003. 462 p. (In Russ.).
19. Royfe A.B. Otechestvennaya mediakul'tura: osvoenie real'nosti cherez prizmu fantasticheskogo [Domestic media culture: mastering reality through the prism of fiction]. *Mediakul'tura novoy Rossii: metodologiya, tekhnologii, praktiki [Media Culture of the new Russia: methodology, technology, practice]*. Ed. N.B. Kirillova, etc. Ekaterinburg; Moscow, 2007, pp. 337-349. (In Russ.).
20. Sushiy E.V. Tsifrovaya i traditsionnaya kul'tura: QUE VADIS? [Digital and traditional culture: QUE VADIS?]. *Kommunikativnye strategii informatsionnogo obshchestva: trudy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Communication Strategy of the Information Society: Proceedings of the International scientific-practical conference]*. St. Petersburg, Publishing House of the Polytechnic University, 2013. 398 p. (In Russ.).
21. Teoriya kul'tury. Ucheb. posobie [Theory of Culture: Textbook. Manual]. Ed. S.N. Ikonnikova, V.P. Bolshakov. St. Petersburg, Peter Publ., 2008. 592 p. (In Russ.).
22. Tkhapapsoev H.G. K probleme predmetnogo prostranstva i nauchnogo statusa kul'turologii [On the problem of the space object and scientific status of cultural science]. *Fundamental'nye problemy sovremennoy kul'turologii [Fundamental problems of contemporary culture]*. St. Petersburg, 2007. 431 p. (In Russ.).
23. Chernykh A. Mir sovremennykh media [World of modern media]. Moscow, Territory of the Future Publ., 2007. 312 p. (In Russ.).
24. Shcherbakov V.P. Mediakul'tura 3.0. - antropologicheskie perspektivy [Media culture 3.0. - Anthropological perspectives]. *Proshloe - nastoyashchee - budushchee Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kino i televideniya. Materialy Vseros. nauch. prakt. konf., 29-30 okt. 2013 goda [The past-present-future of the St. Petersburg State University of Film and Television. Proc. scientific Pract. Conf., October 29-30, 2013]*. St. Petersburg, SPbGUKI Publ., 2013, pp. 404-407. (In Russ.).