



005002018

Губанков Антон Николаевич

**Сетевые СМИ в культурном пространстве города:
коммуникация, интерпретация, диалог**

24.00.01 – теория и история культуры

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени кандидата
культурологии

2 4 НОЯ 2011

Санкт-Петербург – 2011

**Работа выполнена на кафедре теории и истории культуры
ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств»**

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Иконникова Светлана Николаевна,

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Солонин Юрий Никифорович,

доктор философских наук, профессор
Кефели Игорь Федорович,

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена»

Защита состоится «14» ноября 2011 г. в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 210.019.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств» по адресу: 191186, Санкт-Петербург, Дворцовая наб., 2, ауд. 2304 (зал совета).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств.

Автореферат размещен
на сайте ВАК Минобрнауки РФ «12» 10 2011 г.

Автореферат разослан «13» 10 2011 г.

Ученый секретарь диссертационного совета  В.Д. Лелеко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Формирование и сохранение культурного пространства города является одной из самых значимых задач современного общества. Культурное пространство содержит духовный, ценностный, этнический, экономический и социальный капитал, ограниченный территориальными и символическими границами и способствующий социально-культурному развитию индивидов и социальных групп. Развитое, освоенное культурное пространство города – это неограниченный потенциал творческого роста человека, обладающего рефлексивным сознанием и стремлением к реализации своего потенциала, знающего и уважающего традиции народов своей страны; это также основание для национального самоуважения и признания мировым сообществом.

Городское культурное пространство характеризуется открытостью, динамичностью, многообразием. Именно поэтому настолько значимыми становятся информатизация, глобализация, развитие все новых и новых форм взаимодействия. Средства массовой информации (СМИ) на сегодняшний день являются неотъемлемой частью городского образа жизни и, следовательно, городского культурного пространства. Массовое производство и распространение информационных, развлекательных, познавательных ресурсов, их доступность, использование интерактивных форм структурирования содержания сформировали новые привычки потребления. Фактор глобализации, интенсивность воздействия массовой коммуникации изменяют коммуникативное поведение индивидов и социальных групп – прежде всего, тех, чья деятельность реализуется в городской среде.

В этих условиях формирование культурного пространства города может рассматриваться как квинтэссенция социально-культурных проблем, связанных с современными тенденциями глобализации, информатизации и виртуализации. В процессе его развития происходит трансформация как внутреннего, так и внешнего аспектов культуры. Прежде всего, приобретает новые характеристики «культурная ментальность», т.е. идеи, значения, ценности, эмоциональные ощущения или упорядоченные системы мышления, составляющие духовное содержание культурных явлений. Это влечет за собой изменение внешней стороны культуры: предметов, событий, материальных форм, в которых воплощается внутренний опыт.

Бурное развитие информационно-коммуникационных технологий, активно формирующееся информационное общество, существенное усложнение социальной организации, интенсификация культурных связей и обменов, рост культурного многообразия, конкуренция процессов индивидуализации и массовизации обуславливают необходимость поиска новых способов воспроизводства культурного пространства современного города и ставят перед научной общественностью задачу адекватного объяснения все возрастающего воздействия средств массовой информации, прогнозов их возможного развития. В то же время, теория и методология средств массовой информации – в особенности, культурологический аспект функционирования СМИ – находятся в отечествен-

ной науке только в стадии становления. До сих пор отсутствует общепринятый категориально-понятийный аппарат теории массовой коммуникации и, что особенно важно, не определена роль и место принципиально новых и наиболее активно развивающихся сетевых средств массовой информации в процессах социально-культурного развития.

Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена:

- во-первых, конкретным историческим периодом становления информационного общества и тем влиянием, которое оно оказывает на формирование и сохранение культурного пространства современного города;

- во-вторых, недостаточной степенью описания и объяснения феномена сетевых средств массовой информации на теоретическом уровне;

- в-третьих, необходимостью поиска таких сценариев развития сетевых средств массовой информации, которые способствовали бы непрерывному воспроизводству культурного пространства города, сохранению городской культуры в условиях динамичной социально-экономической среды.

Степень разработанности темы. Проблематика воспроизводства культурного пространства города в сетевых средствах массовой информации – относительно новая область изучения в рамках социально-гуманитарного знания. Тем не менее, конкретным вопросам воспроизводства культурного пространства в целом и города в частности посвящено немалое количество исследований.

О связи пространства с культурой народа писали представители философии и культурологии. Основы пространственного подхода заложили сторонники диффузионизма (Ф. Ратцель), концепции культурной морфологии (Л. Фробениус), теории культурных кругов (Ф. Гребнер), культурно-исторической школы этнографии (В. Шмидт). Авторами пространственного подхода были М.М. Бахтин, Н.А. Бердяев, И.А. Ильин, а в современной науке – Л.Н. Гумилев, Д.С. Лихачев, Ю.М. Лотман, С.Н. Иконникова, Ю.В. Бромлей, М.Г. Ганопольский, Т.Ф. Ляпкина и др.

Тема города занимает важное место в истории культуры, его изучением занимались как отечественные исследователи: Н.П. Анциферов, Э. В.Сайко, А.А. Сванидзе, А.С. Сеньявский, И.Г. Яковенко, так и зарубежные ученые – М. Вебер, О. Шпенглер.

Для истории Петербурга символика городского пространства – отдельное значимое явление: Ю.М. Лотман, М.С. Каган, Д.С. Лихачев, Д.Л. Спивак, М.С. Уваров в своих работах подробно описывают множественность образов Петербурга, специфику его пространства и уникальность взаимодействия между городом и его жителями.

П.А. Сорокин, исследуя процессы социального взаимодействия, выделяет в структуре социокультурных явлений три фундаментальных, взаимосвязанных и взаимодействующих элемента: личность, общество и культуру. Они являют собой важнейшие составляющие человеческих общностей, в том числе городского культурного пространства.

Социально-философские аспекты проблем коммуникации и культурного пространства изучали философы, культурологи, социологи Р. Барт, Ж. Бодрийяр (символическая система), П. Бергер и Т. Лукман (социальное кон-

струирование реальности) Ю. Хабермас (теория коммуникативного действия), Т. Парсонс (процесс профессионализации), К. Ясперс (экзистенциальная теория коммуникации).

Коммуникативный аспект воспроизводства культурного пространства рассматривается в рамках «понимающей социологии» (М. Вебер, В. Дильтей, А. Шюц, Э. Гуссерль). Концепция символического интеракционизма (Дж.Г. Мид, Г. Блумер, И. Гофман) также обращается к проблеме культурного пространства. Коммуникативный аспект воспроизводства культурного пространства города отражает потребность человека в обмене информацией. Особое внимание в данной связи следует обратить на концепцию опосредования опыта Э. Гидденса.

Достаточно новым, но весьма перспективным объектом изучения выступают виртуальные сообщества. Проблемы социальных отношений в Сети освещаются Ю.Н. Солонин, И.Ф. Кефели, О.Н. Астафьева, К.Э. Разлогов, И.Г. Елинер, Л.В. Петров, Н.Н. Суворов, А. Блэнкард, К. Джонс; аудиторию сетевых сообществ исследуют Г. Рейнгольд, К. Фигалло. Концепцию «виртуального общества» подробно исследовал отечественный социолог Д.В. Иванов. Проблемам влияния СМИ на культуру города посвящены работы Ю.Н. Солонина, И.Ф. Кефели, Л.В. Петрова, О.Н. Астафьевой, О.В. Шлыковой, И.Г. Елинера, Н.Н. Суворова, В.П. Большакова. Взаимодействие СМИ и массовой культуры исследуют К.Э. Разлогов, А.В. Костина.

Следует отметить, что представленные авторы и их концепции рассматривают воспроизводство культурного пространства города и изучают понятие и структуру СМИ. Тем не менее, необходимо более полно исследовать влияние сетевых СМИ на информационно-культурное пространство города. Данная диссертация позволит в определенной степени восполнить этот пробел.

Объект исследования: культурное пространство города.

Предмет исследования: сетевые СМИ в культурном пространстве города: информационный, коммуникативный, семиотический аспекты.

Цель работы: исследование специфики функционирования сетевых СМИ в культурном пространстве города.

Реализации данной цели подчинены следующие задачи:

- определить понятие культурного пространства современного города;
- выявить функции сетевых СМИ;
- проанализировать специфику информационно-коммуникативной семантики культурного пространства города;
- выяснить культурологическую специфику сетевых СМИ в сфере Интернет;
- определить перспективы развития сетевых СМИ;

Теоретическую и методологическую базу работы составили научные труды по культурологии, социологии, философии, медиаисследованиям, касающиеся рассмотрения различных аспектов воспроизводства культурного пространства города и культурологической специфики сетевых средств массовой информации. В основу диссертационного исследования положен комплексный междисциплинарный подход, объединяющий информационно-коммуникативный, структурно-институциональный и деятельностный подхо-

ды. В работе использованы общенаучные методы: логические методы (синтеза и анализа, индукции и дедукции), диалектический метод.

Исходная рабочая гипотеза исследования: неуклонно возрастающая роль сетевых средств массовой информации в современном мире требует поиска оптимальных стратегий воспроизводства культурного пространства города в условиях глобального информационного общества.

Эмпирическую базу исследования составляют документы и материалы, отражающие процессы информационно-коммуникативной семантизации культуры в сети Интернет (сайты музеев, театров, библиотек, выставок, концертных залов Санкт-Петербурга); интервью представителей культурной элиты, размещенные в сетевых средствах массовой информации; контентное наполнение Интернет-радиостанций, Интернет-газет и журналов Санкт-Петербурга, связанное с репрезентацией городских культурных событий; статистические данные российских и зарубежных исследовательских центров; материалы блогов и форумов, отражающие повседневный аспект коммуникации в сфере воспроизводства культурного пространства города.

Научная новизна исследования определяется предложенным в работе подходом к изучению феномена сетевых средств массовой информации как инструмента воспроизводства культурного пространства современного города.

1. Сформулированы основы культурологического анализа сетевых средств массовой информации в культурном пространстве города.

2. Определено понятие культурного пространства города в сетевых СМИ как среды и способа физически и/или символически определенного бытия материальных, духовных и социальных ценностей, составляющих основу взаимодействия традиционной, элитарной и массовой культур. Сетевое сообщество в работе рассматривается как стихийно или целенаправленно сложившаяся система постоянных пользователей-соавторов Интернет-ресурса, осуществляющих информационный обмен с целью виртуального воспроизводства культуры.

3. Сетевые средства массовой информации представляют систематически обновляющиеся виртуально организованные сообщения, обладающие свойствами гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности и активизации коммуникативных потоков диалогового характера.

4. Введено понятие информационно-коммуникативной семантизации культуры, охватывающей процессы создания, выявления смысла и значения материальных, духовных и социальных ценностей, произведенных в процессе диалогового взаимодействия элементов триады «личность – общество – культура». Сетевые СМИ, распределяя информацию по группам с разными интересами, формируют общий для горожан язык культуры, способствующий как их взаимодействию, так и взаимному ограничению, связанному с интерпретативными особенностями различных ценностных полей.

5. Выявлены социально-культурные характеристики сетевых СМИ: 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 (по принципу ризомы).

6. Определены функции сетевых средств массовой информации в культурном пространстве города: ориентационная, инновационная, стимуляционная и корреляционная. В информационном поле культурного воспроизводства сетевые СМИ используют социальные технологии производства массовой информации. Сетевые средства массовой информации способны формировать и поддерживать многообразные виды идентичности и солидарности.

7. Определен целенаправленный, деятельностный, субъект-зависимый характер процессов воспроизводства культурного пространства города. Выделены основные категории субъектов воспроизводства культурного пространства: «Интернет-профессионалы», «Интернет-пользователи», «Городская культурная элита».

8. Проанализированы три сценария развития сетевых средств массовой информации как интерпретатора культурного пространства города: «Интернет-свалки»; закрытые культурные сообщества; трансляция элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Воспроизводство городского культурного пространства представляет собой социально-коммуникативный процесс. Его основой выступает коммуникация как необходимость передачи информации в процессе взаимодействия; его условием является интерпретация как когнитивно-эмоциональная основа принятия города как единого воплощения исторических и актуальных событий; его сутью является диалог как воплощение культурной интерактивности в современной социальной среде.

2. В современной городской культуре диалоговое взаимодействие формируется по принципу палимпсеста – способу отражения «пластов», контекстов, накладывающихся друг на друга. Это могут быть как явные, материально выраженные (визуально воспринимаемые) слои: архитектурные стили, способы расположения кварталов города, – так и латентные слои: нормы и ценности городских субкультур, социальная психология городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, социальная коммуникация и социальное проектирование и т.п. Каждый из контекстов ориентируется на свою доминанту, однако все они связаны между собой, и поэтому для реализации диалогового взаимодействия критически важным становится информационно-коммуникативная семантизация культуры. Определяя поля объективной информации и субъективных смыслов, она выступает значимым фактором воспроизводства культурного пространства.

3. В условиях глобализации, информатизации, виртуализации, характерных для современного общества, важнейшую роль в развитии процессов интерпретации и воспроизводства культурного пространства города и информационно-коммуникативной семантизации культуры играют Интернет-коммуникация в целом и сетевые средства массовой информации в частности.

4. Основными субъектами воспроизводства культурного пространства являются:

– «Интернет-профессионалы» – сетевые журналисты, редакторы и администраторы сайтов, которые рассматривают виртуальное пространство как основу своей ежедневной профессиональной деятельности;

– «Интернет-пользователи» – многочисленная и разнохарактерная аудитория, которая видит сетевое информационное пространство как совокупность коммуникаций, являющихся неотъемлемой частью их ежедневных взаимодействий;

– «Городская культурная элита» – признанные обществом профессионалы в сфере культуры, деятельность которых находит отражение в виртуальном пространстве или напрямую происходит в нем и порождает специфические особенности культурного взаимодействия, задает новые направления внутри- и межкультурной коммуникаций, ведет к переосмыслению норм, ценностей, линий поведения.

5. Существует взаимосвязь и взаимозависимость между состоянием коммуникативно-культурной компетентности городской элиты, реализуемой в виртуальном пространстве, и общей структурой качеств 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».

6. Выделяются три потенциальных сценария развития сетевых средств массовой информации 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. 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.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в приращении знаний в области культурологии, медиаисследований и исследований по социальной коммуникации и определяется возможностью применения основных ее положений к анализу деятельности сетевых средств массовой информации в культурном пространстве современного города. Практическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в том, что его положения, выводы и рекомендации могут быть использованы при разработке программ развития

региональных средств массовой информации, в журналистике, а также применяться в учебных курсах «Культурология», «Социология культуры», «Социология коммуникации» и др.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации были изложены на конференциях: «Международная конференция СМИ и социальные сети: перспективы взаимодействия» (26 сентября 2011 г., Санкт-Петербург); «Международный форум по Партнерству Северного измерения в сфере культуры» (20-21 мая 2010 г., Санкт-Петербург); «Культура как ресурс модернизации» (23-28 сентября 2011 г., Ульяновск).

Материалы исследования изложены в публикациях, общим объемом 1,6 п.л.; одна статья опубликована в журнале, рекомендованном ВАК Минобрнауки РФ. Положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры теории и истории культуры Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств и рекомендована к защите.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность исследования, анализируется состояние научной разработанности проблемы, формулируются цель, задачи, объект и предмет исследования, характеризуется его теоретико-методологическая и эмпирическая база; раскрывается научная новизна, практическая значимость работы, а также формы ее апробации.

В первой главе **«Теоретические основы исследования воспроизводства культурного пространства города в сетевых средствах массовой информации»** охарактеризована теоретико-методологическая база, отражающая исследование культурного пространства города как объекта интерпретации и воспроизводства в сетевых средствах массовой информации.

Первый параграф **«Понятие культурного пространства современного города»** освещает проблему формирования культурного пространства современного города через призму базовых понятий гуманитарного знания: «культура», «пространство», «регион», «город». Автор подчеркивает, что в сознании и памяти – индивидуальных и социальных – так или иначе фиксируются и хранятся базовые категории культуры, определяющие воспитание, поведенческие стратегии, ценностные ориентации индивида в частности и социума в целом. Так происходит формирование культурного пространства, которое, в свою очередь, является жизненной и социокультурной сферой общества, «вместилищем» и внутренним объемом культурных процессов.

Возникновение в сознании и памяти индивида специфических пространственных образов связано непосредственно с уникальной пространственно-территориальной средой, которая окружает индивида на протяжении всей его жизни: его взаимодействие с окружающей действительностью прямо или косвенно опосредовано категорией «пространство». Таким образом, пространство является одним из главных факторов культуры человеческого бытия.

Культурное пространство имеет территориальную протяженность, в нем обозначены контуры культурных центров и периферии, столицы и провинции, городских и сельских поселений. Но оно включает в себя также универсальные архетипы, мифопоэтические представления, обладающие семантической емкостью, – так называемый символический, виртуальный аспект. Культурное пространство объемно, целостно и монолитно; вместе с тем, оно многослойно и многомерно, на различных его участках сосуществуют качественные различия культуры. Однако каждое социокультурное пространство – это единое целое, составные части которого объединены общими ценностями.

Наиболее важным аспектом рассмотрения проблемы культурного пространства является ее региональный «срез», который состоит в соотношении общего и единичного в культурной сфере. Универсализация культуры диалектически связана с многообразием ее содержания и форм. Регионы представляют собой источник культурного разнообразия, поддерживающий целостность, сохраняющий и обогащающий культуру. Важнейшими чертами региональной культуры следует считать ее открытость и стремление к диалогу, к накоплению ценностей, созданных как внутри, так и вне данной конкретной культуры.

Конкретным и наиболее ярким проявлением регионализации культурного пространства является городская культура, которая соединяет в себе историческую память этноса, особую природно-географическую среду, экономическую и духовную наполняемость регионального пространства. Города обеспечивают взаимодействие разнородных частей регионального пространства и вместе с тем способствуют сохранению, накоплению и углублению территориального разнообразия.

Городское пространство наполняется в ходе истории многообразием знаков, символов, образующих его культурную семантику, «текст» его культуры. В рамках городской культуры возникает уникальный «текст культуры», представляющий собой механизм хранения исторической, социокультурной памяти, социально-значимого знания.

Городская культура определяет и «душу», и «лицо» города. Индивид же, становясь объектом и субъектом городской культуры, попадает под воздействие объективирующего дискурса, который устанавливает правила его существования: возникает индивидуальность, которая наделяется основными характеристиками данной культуры. Роль городов в социокультурном пространстве связана в первую очередь с местом их возникновения и дальнейшего существования, восприятием и переживанием этого места, а также с такими понятиями как «дух места», «природа места», «имя места». Культурное пространство города – это своего рода «дом», среда повседневного обитания людей, определяющее в том числе чувство «родственной близости» с остальными горожанами.

Динамика развития современного города задается функциональной природой трех основных типов культуры: традиционной, элитарной и массовой.

Традиционная культура обеспечивает сохранение и воспроизводство традиций в адаптированном к современным социокультурным условиям виде.

Элитарная культура преследует цель порождения новых форм и смыслов. В ее рамках происходит социальная локализация в культуре, производство, накопление и трансляция культурных ценностей, а ее проявлению в пространстве города способствуют религиозные, философские, художественные и публицистические тексты, а также ритуалы и символы социальной престижности.

Массовая культура является одним из действенных механизмов стабилизации общества. Она используется для этого, в том числе, образы, ценности и смыслы традиционной и элитарной культур, воплощая их в броской и упрощенной форме. Важной ее особенностью является тенденция глобального распространения такого рода образов и ценностей массового общества. Вместе с тем, она включена и в процесс сохранения и развития национальной, традиционной культуры, участвуя тем самым в процессе формирования национальной идентичности.

Современный город формирует свое пространство посредством обеспечения сосуществования и совместного развития традиционной, и элитарной, и массовой культур, а также создания условий для формирования множественной социокультурной идентичности индивида. В диссертации обосновывается, что культурное пространство города представляет собой среду и способ физически и/или символически определенного бытия материальных, духовных и социальных ценностей, созданных и создаваемых горожанами и составляющих основу взаимодействия традиционной, элитарной и массовой культур в рамках территориально и символически определенных границ. «Физическое» и «виртуальное» пространство при этом рассматриваются как социальные конструкции и проекции культурного пространства, отражающие социальную структуру, объективирующие прошлые и настоящие социальные отношения. Любая культура создается из коммуникационных процессов, а формы коммуникации, в большинстве своем, основаны на производстве и потреблении знаков.

Во втором параграфе *«Воспроизводство городского культурного пространства: коммуникативный, интерпретативный и диалоговый аспекты»* рассматриваются существенные характеристики процесса воспроизводства, значимые в контексте культурологического исследования.

Воспроизводство – это важнейший социальный процесс, который придает культурному пространству города способность к самообновлению, преодолению старения, поиску новых современных форм самовыражения. Воспроизводство городского культурного пространства понимается в диссертации в широком культурологическом смысле: как основное определение человеческой деятельности, направленности на сохранение, воссоздание, развитие сложившихся условий жизни, социальных отношений, культуры, смыслов. Воспроизводство, с точки зрения автора, всегда ценностно ориентировано, всегда рефлексивно и носит творческий характер.

В современном городе каждый индивид обретает возможность располагать широкой палитрой форм общения и самовыражения, включен во множество диалоговых пространств, переживает массу ситуаций диалога, ведет «разговор» на нескольких «языках». В такой ситуации основой городского культурного пространства выступает интерпретативная связь «личность-культура-

общество». Постоянная поддержка, гармонизация данной связи, выступает значимым условием развития городской культуры.

В диссертации подчеркивается, что воспроизводство городского культурного пространства неизбежно предстает как социально-коммуникативный процесс. Его основой выступает коммуникация как необходимость передачи информации в процессе взаимодействия; его условием является интерпретация как когнитивно-эмоциональная основа принятия города как единого воплощения исторических и актуальных событий; его сутью является диалог как воплощение культурной интерактивности в современной социальной среде. Воспроизводство культурного пространства как процесс может быть рассмотрен как совокупность нескольких аспектов: коммуникативного, интерпретативного и диалогового.

Коммуникативный аспект процесса воспроизводства культурного пространства города характеризует его социальную и социально-технологическую составляющие, отражая потребность человека в опосредовании опыта и обмене информацией. Культурное пространство рождает в индивидууме способность преодолевать доминирование эмоциональных форм мышления над интеллектуальными: переходить к абстрактным, понятийно-категориальным формам, которые не могут не найти отражение в коммуникации.

Интерпретативный аспект воспроизводства культурного пространства города характеризует когнитивно-эмоциональную составляющую данного процесса. Интерпретационная активность горожан может проявляться в «текстуализации» города, самоинтерпретациях культурных событий, интерпретациях «своего», «чужого»; интерпретациях времени, изменений и т.д. Интерпретация культурного пространства происходит преимущественно в трех сферах, которые можно условно обозначить как 1) обращение к классической культуре, 2) трактовка актуальных событий и трендов, 3) повседневно-бытовые интерпретации. Таким образом, интерпретативный аспект процесса воспроизводства культурного пространства города объединяет в себе мысленное и эмоциональное, классическое, актуально-современное и рутинно-повседневное, позволяя воспринимать городское пространство как текст, поддающийся разнообразным трактовкам

Диалоговый аспект процесса воспроизводства культурного пространства характеризует способность к диалогическому взаимодействию элементов триады «личность – общество – культура». В диссертации обосновывается, что интегратором городской целостности и генератором городской культуры выступает феномен культурного диалога, в который вовлечены все элементы городского сообщества. Город существует в поле диалога, и вне этого поля нет города. Интенция диалога – т.е. способность к диалогу, готовность к нему – составляет основу городской культуры.

Диалоговый аспект процесса воспроизводства культурного пространства современного города рассматривается автором как критически важный, как необходимое условие самого существования городской среды. Основными принципами диалогового взаимодействия являются принцип взаимопроникновения культуры и социальности, принцип человека активного, принцип антропосо-

цистального соответствия, принцип социокультурного баланса, принципы симметрии и взаимобратимости.

Диалог рассматривается в диссертационном исследовании не столько как способ взаимодействия, сколько как определяющая сила социально-культурного развития города. Именно диалог определяет профиль взаимодействия в триаде «личность – общество – культура» и формирует, таким образом, образ «пространства», «времени» и «современности» в целом. Чем больше усложняется историческое развитие и ускоряется его темп, чем в большее количество коммуникативных процессов оказываются вовлечены индивиды и социальные группы, тем сильнее и одновременно сложнее выделяется диалоговый аспект воспроизводства культурного пространства города.

В современной городской культуре диалоговое взаимодействие формируется по принципу палимпсеста – способу отражения «пластов», контекстов, накладываются друг на друга. Это могут быть как явные, материально выраженные (визуально воспринимаемые) слои: архитектурные стили, способы расположения кварталов города, – так и латентные слои: нормы и ценности городских субкультур, социальная психология городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, социальная коммуникация и социальное проектирование и т.п. Каждый из контекстов ориентируется на свою доминанту, однако все они связаны между собой. В диссертации делается вывод, что для реализации диалогового взаимодействия критически важным становится информационно-коммуникативная семантизация культуры. Определяя поля объективной информации и субъективных смыслов, она выступает значимым фактором воспроизводства культурного пространства.

В третьем параграфе *«Информационно-коммуникативная семантизация культуры как фактор воспроизводства культурного пространства»* анализируются средства массовой информации, участвующие в воспроизводстве культурного пространства города.

В диссертации дается расширенное толкование понятия «семантизация». С точки зрения автора, семантизации – истолкованию, приданию значения – подвергаются не только лексические единицы, но и различные культурные элементы или отдельные культурные явления. Семантизация культурного пространства при этом оказывается тесно связанной с коммуникативным действием, обеспечивающим устойчивость триады «личность – общество – культура» в динамично меняющейся культурной среде.

В современном обществе коммуникативное действие получает свое инструментальное выражение преимущественно в средствах массовой информации. Они представляют собой особый социальный институт, посредством которого происходит регуляция представления людей об уровне культурной и социальной приемлемости тех или иных действий, интеллектуальных оценок и позиций, норм и ценностей. СМИ структурируют определенным образом организованный набор сообщений, трансляция которых приводит к активизации коммуникативных потоков, формированию общественного мнения и развитию массовой культуры.

В диссертации подчеркивается, что сами информационные технологии не производят процессы информационно-коммуникативной семантизации. Речь идет о технологиях социальных – технологиях включения в поле производства массовой информации разных социальных сил и выявлении нормативно-ценностных ориентиров, полей культурного производства. Особое значение при этом приобретает воспроизводство ценностей – ориентиров сознания индивидов или групп людей, связанных с аксиоматическим отношением к окружающему миру в широком диапазоне культурных значений и оценочных шкал: «хорошее – плохое», «высокое – низменное», «прекрасное – безобразное», «нравственное – безнравственное», «одобряемое – осуждаемое» и т.п. СМИ предоставляют социуму набор определенных интерпретативных схем: интересы, настроения, цели, политическая доктрина и даже национально-государственная идея неизменно рассматриваются, а затем и интерпретируются обществом через их призму. Разные виды средств массовой информации способны к поддержке многообразных видов идентичностей и солидарностей, в целом же им принадлежит миссия опосредовать новые виды социальности, которые формирует городская среда. Поле культурного пространства города также проходит процесс интерпретации, в результате которого формируется специфическое восприятие культурного пространства индивидом и социальными группами.

На основе анализа свойств и качеств СМИ автор делает вывод, что средства массовой информации являются основным инструментом информационно-коммуникативной семантизации культуры за счет таких характеристик, как всеобщая доступность и массовость охвата. Роль СМИ состоит не столько в распределении информации по группам с разными интересами, сколько в формировании общего для горожан языка культуры, способствующего как их взаимодействию, так и взаимному ограничению, связанного с интерпретативными особенностями различных ценностных полей. Выступая основным инструментом информационно-коммуникативной семантизации культуры, средства массовой информации формируют пространство диалогического взаимодействия в городе.

Особую актуальность процессы информационно-коммуникативной семантизации культуры приобретают в последнее десятилетие. Связано это прежде всего с развитием виртуального пространства и трансляцией многих аспектов коммуникации – в том числе, и связанной с культурными объектами, – в Интернет-среду. В современном обществе важнейшую роль в развитии процессов интерпретации культурного пространства города и информационно-коммуникативной семантизации культуры играют Интернет-коммуникация в целом и сетевые средства массовой информации в частности. Социально-культурологический анализ сетевых СМИ при этом можно рассматривать как новое научное направление, объединяющее культурологию и медиаисследования и позволяющее под новым, интересным и актуальным, углом зрения показать специфику диалогового взаимодействия в XXI веке.

Во второй главе «Сетевые СМИ как инструмент воспроизводства культурного пространства города» представлены результаты культурологического анализа сетевых средств массовой информации.

В первом параграфе «*Культурологическая специфика сетевых СМИ*» определяется понятие, сущность и функции сетевых средств массовой информации.

Понятие «сетевые СМИ» описывает новую электронную коммуникативную и информационную систему, которая начала формироваться во второй половине 1990-х гг. Сетевые СМИ в рамках представляют собой особую группу средств массовой информации, в наибольшей степени отвечающий определению «мультимедиа-СМИ», охватывающий все большее количество территорий информационно-коммуникационного поля, предоставляющий информационный продукт максимальному числу индивидов и социальных групп. В диссертации подчеркивается, что Интернет-коммуникация есть продолжение повседневной коммуникации иными средствами, средствами электронной цивилизации. Речь идет о новой информационной культуре с новой трактовкой категории публичности. Сетевую информационную коммуникацию можно рассматривать как особую культурную форму, отражающую процессы воспроизводства соответствующего объекта, явления или процесса.

Содержательно сетевая информационная коммуникация выполняет весьма важные функции в обществе. Ориентационная функция помогает субъектам культуры ориентироваться в окружающем их пространстве, инкультурирует их в систему жизненных ориентаций, доминирующих в данное время. Инновационная функция выражается в приобщении субъектов культуры к новым формам знания и опыта и несет новые для потребителя информации знания о свойствах и признаках явлений, объектов и процессов, технологиях и нормах осуществления какой-либо деятельности, актах поведения и взаимодействия, языках, знаках и средствах сетевой коммуникации, т.е. расширяет его социальный опыт. Стимуляционная функция воздействует на активность субъектов культуры, объективирует их потенциал, активизирует их внутренние ресурсы. Корреляционная функция помогает уточнить отдельные параметры культурной деятельности, детализирует и конкретизирует более частные аспекты знаний, ориентаций и стимулов.

Сетевые СМИ в современном коммуникативном пространстве поддерживают особую социокультурную структуру, характеризующуюся рядом черт, отражающих их культурную специфику. Вне зависимости от конкретного вида и специфики интерпретации культурного пространства города, тексты сетевых СМИ представляют собой социально значимые сообщения, преобладающие в современной городской среде над всеми другими видами текстов. Медиа-текст как элемент, конституирующий массовую коммуникацию, структурирует медиа-коммуникативное событие, его специфические признаки детерминируются и социумом, и индивидом. 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; ис-

пользование многообразных видов культурного выражения (организация по принципу ризомы); диалоговый характер коммуникации; особый язык компьютерной коммуникации как нового средства массовой информации (присутствие характеристик гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности). Сетевые средства массовой информации в большей степени, чем традиционные, ориентированы на диалоговую модель воспроизводства культурного пространства.

Исходя из рассмотренных свойств и характеристик сетевых средств массовой информации, в диссертации формулируется их определение. Под сетевыми СМИ автор понимает 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.

В заключении параграфа рассматривается проблема доверия в обществе к сетевым СМИ, которое в настоящий момент является достаточно низким по сравнению с доверием, демонстрируемым по отношению к традиционным средствам массовой информации. С точки зрения автора, противоречие между массовостью распространения сетевых СМИ и низкой степенью доверия к ним является значимой проблемной культурологической характеристикой сетевых средств массовой информации. С одной стороны, возникшая коммуникационная система, которая в противоположность историческому опыту прошлого создает реальную виртуальность, – это система, в которой сама реальность (материальное, символическое существование людей) полностью погружена в виртуальные образы, в «выдуманный» мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом. С другой стороны, новая коммуникационная система и сетевые СМИ как элемент этой системы радикально трансформируют природное, социокультурное пространство, время – фундаментальные измерения человеческой жизни. С развитием сетевых средств массовой информации неизмеримо усложняются процессы воспроизводства культурного пространства города, организованного по принципу палимпсеста, множественности «слоев». Для того чтобы это воспроизводство имело не хаотичный, а более или менее упорядоченный характер, необходимы субъекты, ответственные за данные процессы.

Во втором параграфе *«Основные субъекты информационного поля сетевой коммуникации в сфере культуры»* характеризуются три субъекта релевантного информационного поля: «Интернет-профессионалы» – сетевые журналисты, редакторы и администраторы сайтов, которые рассматривают виртуальное пространство как основу своей ежедневной профессиональной деятельности; «Интернет-пользователи» – многочисленная и разнохарактерная аудитория, которая видит сетевое информационное пространство как совокупность коммуникаций, являющихся неотъемлемой частью их ежедневных взаимодействий; «Культурная элита города», образ ее деятельности в Интернет-среде, связанный с формированием сетевой коммуникации в сфере культуры.

Интернет-профессионалы представляют собой качественно новый социально-культурный феномен, связанный с деятельностью по формированию и представлению информационных образов актуальности в виртуальном пространстве, когда носителями этих образов являются не только слово, но и картинка, фотография, кино, видео, звук – т.е., любой объект, способный выступать в роли носителя информации или текста в широком смысле этого слова. Интернет-журналистика становится системообразующим элементом процессов виртуализации СМИ.

В диссертации обосновывается, что сетевая журналистика как профессиональная деятельность существенно отличается от традиционной. Интернет-журналисту недостаточно иметь качества, обычно характеризующие журналистов (грамотность, эрудиция, широкий кругозор, стиль, универсализм, настойчивость, такт, талант, коммуникабельность, профессиональная этика, опыт, интуиция, знание правовых основ). Он должен уметь особым образом организовывать свой текст, делая его минимально кратким, но максимально выразительным. От него требуется также дизайнерское чутье: как при помощи графических или анимационных средств выделить нужное слово или мысль, как правильно вставить гиперссылки, не «утяжеляя» ими статью, как оформить подзаголовки и т.п. Одним из основных навыков становится навык управления интерактивными коммуникациями, заключающийся в том, чтобы создавать, поддерживать и модернизировать информационные ресурсы, обеспечивать связь с другими ресурсами и потребителями.

На основе анализа характеристик профессии как социального феномена, выделенных Т. Парсонсом, автор делает вывод, что несмотря на численный рост, уровень профессиональной подготовки Интернет-специалистов невозможно признать удовлетворительным. На сегодняшний день в России нет достаточного количества сайтов, где можно найти общедоступную информацию по многим вопросам, в том числе, и по актуальным культурным событиям. Можно сказать, что российскими СМИ делаются только первые шаги к профессиональному освоению всего Интернет-пространства: организуются курсы и семинары, проводятся тренинги с иностранными журналистами.

Интернет-пользователи представляют собой самую многочисленную и очень значимую с точки зрения развития процессов воспроизводства культурного пространства субъектов. По данным Фонда «Общественное мнение», на конец 2010 г. в России количество Интернет-пользователей среди взрослого населения составляет 43% (50 млн. человек). Российский пользователь Интернета это, как правило, молодой человек в возрасте от 17 до 37 лет, учащийся в вузе или имеющий высшее образование и работающий специалистом или менеджером среднего звена в коммерческой структуре, связанной с такими отраслями, как финансы, наука, СМИ и реклама, образование, административная деятельность. В основе деятельности пользователей Интернета лежат следующие виды мотивов: деловой, познавательный, коммуникативный, рекреационный, игровой, аффилиативный, а также мотивация сотрудничества, самореализации и самоутверждения.

Классифицируя Интернет-пользователей по степени освоения возможностей, предоставляемых виртуальной средой, автор выделяет категории «инструменталистов», «посредников», «создателей» и «исследователей». «Инструменталистами» являются люди, которые используют Интернет в качестве инструмента для решения различных задач (деловых, учебных, развлекательных). «Посредниками» в среде Интернет можно обозначить специалистов по информационному поиску, целью функционирования которых является правильно организованная работа с поисковыми машинами и продуктивный поиск заданной информации. «Создатели» – это люди, которые заполняют Сеть содержанием (тексты, программные файлы, музыка, графика, мультимедиа, видео) и формами (сайтами, порталами), разрабатывают сценарии развития сети. «Исследователи» – представители различных научных специальностей (социологи, психологи, философы, политологи, культурологи и т. д.), главной целью пребывания в сети Интернет которых является изучение его свойств, закономерностей, функций, проблем и перспектив становления и развития.

В диссертации подчеркивается, что все выделенные типы Интернет-пользователей являются активными создателями информационного пространства сетевой коммуникации и одновременно – преобразователями собственного «Я», реального и идеального. Такая структуризация деятельности становится возможной и, что самое главное, популярной, в обществе, в котором индивиды обладают достаточно высоким уровнем саморефлексии и в котором двусторонние социальные отношения нивелируются перед лицом взаимодействия неопределенно большого числа людей.

Третью группу субъектов информационного поля сетевой коммуникации составляют представители культурной элиты – конкретные персоналии, личности, деятельность которых находит отражение в виртуальном пространстве или напрямую происходит в нем и порождает специфические особенности культурного взаимодействия, задает новые направления внутри- и межкультурной коммуникаций, ведет к переосмыслению норм, ценностей, линий поведения. Основными характеристиками современной городской культурной элиты, с точки зрения автора, являются открытость, высокая степень циркуляции; дуальность; многообразие (прежде всего профессиональное); толерантность; обладание определенными компетентностями, связанными со спецификой положения в социальной структуре и миссии в обществе. Основной компетенцией культурной элиты является культурно-коммуникативная компетентность, которая возникает в результате объективной необходимости для каждого представителя элиты взаимодействовать с явлениями и субъектами других культур и субкультур.

Культурно-коммуникативная компетентность элиты не только выполняет задачу обмена информацией в процессе взаимодействия людей, являющихся носителями отличающихся друг от друга ценностей и типов поведения; она также детерминирует и формирует межкультурную толерантность участников коммуникативного процесса, адаптируя тем самым представителей разных этнических и национальных культур друг к другу и к мультикультурности современного города. Она представляет собой особое социокультурное явление, ко-

торое способствует взаимопроникновению культур и открытости их друг другу, что выступает важнейшим условием взаимодействия представителей разных культур в глобализированном мультикультурном пространстве современного общества.

Автор подчеркивает, что в современной ситуации рассмотрение культурной элиты как одного из субъектов формирования информационного поля сетевой коммуникации может быть проведено скорее в нормативном, чем в дескриптивном ключе. Анализ эмпирического поля показывает, что на сегодняшний день лишь небольшое число представителей культурной элиты активно включено в виртуальное пространство. Взаимодействие Интернет-пользователей и Интернет-журналистов происходит, скорее, с образами городской культурной элиты, с их вторичной репрезентацией, и носит, в основном, односторонний характер.

В третьем параграфе *«Перспективы развития сетевых СМИ как интерпретатора культурного пространства современного города»* рассматриваются три сценария развития процессов воспроизводства культурного пространства города в сетевых средствах массовой информации.

Автор подчеркивает, что при рассмотрении процессов развития сетевых СМИ городская культурная элита призвана формировать массовую культуру через преломление традиционной и элитарной культур, воспроизводя триаду «личность – культура – общество», взаимодействие с другими субъектами информационного поля сетевой коммуникации и отражение городского культурного пространства в виртуальной среде по принципу палимпсеста. И то, насколько успешно она справляется со своей миссией, определяет характер воспроизводства культуры в Сети.

На основе анализа эмпирических процессов, связанных со становлением и функционированием культурно-интерпретативных процессов в сетевых СМИ, автор приводит актуальные характеристики сетевых средств массовой информации и выделяет три потенциальных сценария их развития как интерпретатора культурного пространства современного города. Актуальными для сетевых СМИ являются: виджетизация и кастомизация, трансляция 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. Основными сценариями развития являются сценарии «Интернет-свалки», развития «закрытых» культурных сообществ в Сети, трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры.

Воспроизводство 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. Информационное

наполнение Интернет-сайтов и порталов при таком сценарии – практически неконтролируемый процесс. 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. Интернет-пользователи становятся лидерами информационного поля сетевой коммуникации, приобретая безграничные возможности для интерпретации и переинтерпретации смысла и значения того или иного события. Уровень доверия к источнику 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.

Сценарий развития «закрытых» культурных сообществ в Сети связан с формированием тенденции «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. Уже сегодня новости культуры воспринимаются большинством людей 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. В диссертации обосновывается, что Интернет может рассматриваться как идеальная среда для культурной дифференциации, для кристаллизации автономных культурных групп, и приводится определение культурного сетевого сообщества: под ним понимается стихийно или целенаправленно сложившаяся система 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.

Сценарий трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры отражает возможность формирования процессов воспроизводства культурного пространства города в сетевых средствах массовой информации, способствующих сохранению и развитию наиболее важных качественных характеристик городской культуры. На основе теоретического анализа и эмпирических наблюдений автор формирует социальную технологию трансляции элитарной и традиционной культур в пространство массовой культуры в рамках виртуального мира. Она описывается 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; это определенные типы проектов культурной тематики, предполагающие ту или иную социальную деятельность. Тренды представляют собой тенденции развития ситуации в куль-

турном пространстве, процессуальности как важнейшего категориального признака явлений, существующих в Интернете. Теории – это сконструированные соображения 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, с точки зрения автора, можно говорить о том, что теоретическое основание воспроизводства культурного пространства города в сетевых СМИ лежит в сфере элитарной и традиционной культуры.

В диссертации подчеркивается необходимость институционализации сетевых СМИ как инструмента интерпретации культурного пространства современного города. Важнейшими составляющими этого процесса являются:

- возникновение и актуализация 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;

- интернализация 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 культуры.

Результатом процесса институционализации является включение городского культурного пространства в новую картину мира современного индивида через ее воспроизводство в виртуальном мире. С точки зрения автора, 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 паттернах;

- 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 этого сценария становится культурная элита города, кото-

рая обозначает рамки виртуального взаимодействия и наполняет конкретным содержанием процессы воспроизводства культурного пространства. 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. Ролевые и статусные характеристики представителей культурной элиты гарантируют высокий уровень доверия к источнику информации, актуальность и точность представления культурных событий.

Заключение содержит выводы по результатам диссертационного исследования.

Основные положения и выводы диссертационного исследования изложены в публикациях:

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ

1. Губанков А.Н. Субъекты информационного поля сетевой коммуникации в культурной сфере // Вопросы культурологии. – 2011. – № 9. – С. 64-69.

Публикации в других изданиях

2. Губанков А.Н. Культурное пространство города в сетевых средствах массовой информации // Вест. С.-Петерб. ун-та культуры и искусств. – 2011. – № 2. – С. 54-62.

3. Губанков А.Н. Воспроизводство городского культурного пространства: коммуникативный, интерпретативный и диалоговый аспекты // Научное мнение. – 2011. – № 4. – С. 45-53.

4. Губанков А.Н. Перспективы развития сетевых СМИ как интерпретатора культурного пространства современного города // Вест. С.-Петерб. ун-та культуры и искусств. – 2011. – № 3. – С. 15-23.

Подписано в печать 10.10.2011. Усл. печ. л. 1,5. Тираж 100.

Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств
191186. Санкт-Петербург. Дворцовая наб., 2.

Отпечатано в цифровом центре издательства СПбГУКИ.