

*На правах рукописи*

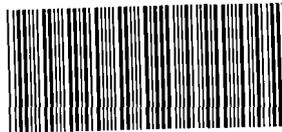
**Кумелашвили Нанули Ушангиевна**

**Социально-культурные ракурсы медиакультуры:  
коммуникативно-компетентностный аспект**

**Специальность: 24.00.01 – теория и история культуры (культурология)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание учёной степени  
кандидата культурологии**



**005043162**

**Москва – 2012**

**17 МАЯ 2012**

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and flourishes.

Работа выполнена на кафедре культурологии и социальной коммуникации Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Научный руководитель: Садохин Александр Петрович,**  
кандидат философских наук,  
доктор культурологии, доцент

**Официальные оппоненты: Кондаков Игорь Вадимович,**  
кандидат филологических наук,  
доктор философских наук, профессор,  
академик РАН

**Ложникова Ирина Федоровна,**  
кандидат культурологии

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Московский государственный гуманитарный университет имени М.А. Шолохова»

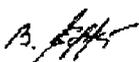
Защита состоится 28 мая 2012 года, в 12 часов, на заседании диссертационного совета Д 504.001.08, в Федеральном государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», по адресу: 119606, г. Москва, проспект Вернадского, 84, 1-й учебный корпус, аудитория № 3304

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (1-й учебный корпус).

Объявление о защите и автореферат опубликованы на сайте ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» [www.rane.ru](http://www.rane.ru).

Автореферат разослан 26 апреля 2012 г.

Учёный секретарь  
диссертационного совета



Ефременко В.И.

## I. Общая характеристика работы

**Актуальность темы исследования.** В современных условиях система коммуникации любого общества осуществляются средствами информационной культуры, в особенности массмедиа, прочно вошедших в духовную жизнь общества и ставших общепризнанной составной частью системы культуры человечества. Медиакультура сегодня претендует на роль объединителя разрозненных частиц общества в одно целое за счет многообразия информационно – коммуникативных средств и внушительного арсенала психологического оружия.

В современных условиях наиболее эффективными и чрезвычайно опасными средствами воздействия медиакультуры являются политические мифы, лишаящие население истинного знания и возможности принимать решения самостоятельно. Механизм формирования политических мифов инициировал проникновение пиартехнологий – методов и механизмов влияния на сознание аудитории. Первоочередной задачей построения здорового общества является системный анализ того, насколько подобные практики манипуляции сознанием населения являются допустимыми.

Анализ практической работы федеральных и региональных СМИ показал, что коммуникации власти и населения в современной России требуют от медиакультуры создания благоприятного психологического климата, что смогло бы привести обе стороны к отношениям здорового посредничества и партнерства. Методологические основания для достижения такого рода взаимоотношений еще недостаточно изучены современным гуманитарным знанием, а, следовательно, не разработаны и механизмы их воплощения. Также недостаточно осмыслено развитие отношений власти и населения в процессе истории, не проанализирован процесс использования и зарождения медиаресурсов во взаимоотношениях власти и социума. Не обозначены границы применения средств медиавоздействия и не определено их допустимое количество. Недостаточно выявлены приемы, способные спровоцировать нежелательный общественный резонанс от медиапродукта. Отсутствуют соответствующие рекомендации по использованию богатейшего медиакультурного потенциала, способного выстроить культурный диалог власти и общества.

В связи с этим первоочередной задачей медиакультурологии и философии культуры является теоретическое и практическое изучение возможностей медиакультуры как консолидирующего фактора современного общества. Сегодня все очевиднее становится убеждение, что для построения здорового информационного общества необходимо развитие медиакомпетентности граждан как основы общей и социальной грамотности, как защиты подрастающего поколения от идеологизированных форм мифологии, от медиапродукта, содержащего сцены насилия и негативно воздействующего на формирование личности. Современные медиаобразовательные практики должны учитывать потребность аудитории принимать участие в производстве медиапродукта, влиять на его качество, рейтинги и другие показатели. Кроме того, в российских регионах до сих пор сохраняется значительная масса проблем по развитию медиаобразования. В результате этого не используется не только накопленный практический опыт, но и не решаются проблемы, которые мешают развивать медиаобразование в полной мере.

Исходя из вышесказанного, актуальность данного диссертационного исследования состоит в необходимости осмысления несоответствия между стратегическими целями медиакультуры и практическими методами их воплощения. Указанное несоответствие, по мнению автора, обусловлено:

- двоякой ролью медиакультуры, которая с одной стороны обеспечивает взаимодействие власти и населения за счет информационной, интеграционной и коммуникативной функций, а с другой стороны стимулирует отчуждение населения от власти через тоталитарную, манипулятивную и диалоговую формы воздействия;
- недостаточным объемом теоретических и практических исследований современной медиакультурной обстановки для формирования гармоничных отношений взаимодействия населения и власти с целью совместной выработки идеологии и стратегии дальнейшего развития.

С учетом данных обстоятельств, по мнению автора, необходимо:

- во-первых, системно проследить генезис медиакультуры и возможности ее влияния на общество в целях защиты медиасреды от идеологизированных форм мировоззрения, а также разработки механизма здорового общения лидера с населением.
- во-вторых, определить возможные точки соприкосновения медиакультуры с населением в медиасреде посредством медиапроектов, укрепляющих нацио-

нальную идентичность граждан, культурное развитие страны и духовное воспитание личности.

**Степень научной разработанности проблемы.** Осмысление роли медиа во взаимоотношениях власти и населения, междисциплинарный подход к проблеме, обширный пласт теоретических и методологических разработок по анализу нового типа культуры потребовали обращения к научным трудам ведущих отечественных и зарубежных культурологов и философов. Междисциплинарный подход к исследованию вызван структурной сложностью нового типа культуры медиа и динамикой развивающихся в ней процессов. Все научные источники, привлеченные к изучению заявленной темы, классифицированы по группам в соответствии с целями и задачами исследования и посвящены решению следующих проблем:

- анализу прообразов медиакультуры от античности до наших дней;
- выделению информационных потребностей и функций медиакультуры;
- мифологизации реальности с целью постижения мира и для манипулирования массами;
- глобальной медиасреде и ее влиянию на социум;
- медиакомпетенции, то есть грамотности современного человека в целях освоения мира в период информационной эпохи.

Генезис медиакультуры и сопутствующие ей культурные процессы можно проследить с помощью научной литературы по историко-культурологической тематике. С точки зрения культурных основ, касающихся специфики становления и развития культуры европейских государств и стран Восточной Азии, представляют интерес работы И. Камерановича, Ж.-Н. Роббера, А.М. Бюттен, Ж.-К. Оке, М.И. Андрониковой, которые анализируют первые попытки передачи, хранения и тиражирования информации при помощи художественно-пластических средств дописьменного периода<sup>1</sup>.

Древним мифам, которые впоследствии явились прообразами политических мифов, посвящены научные изыскания А. Ф. Лосева, А.А. Тахо-Годи, Н.И. Прозорова, Р.Г. Лессинга, К. Хюбнера<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> См.: Роббер Ж.-Н. Рим. – М.: Вече, 2006; Бюттен А.М. Классическая Греция / – М.: Вече, 2006; Оке Ж.-К. Средневековая Венеция. – М.: Вече, 2006; Андроникова М.И. Портрет. От наскальных рисунков до звукового фильма. – М.: Искусство, 1980;

<sup>2</sup> См.: Лосев А.Ф. Античная философия истории. – М., 1977; Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – М., 2001; Лосев А.Ф. Форма. Стиль. Выражение. – М., 1995; Тахо-Годи А.А. Греческая мифология. – М.: Искусство, 1989; Прозорова Н.И. О вечных образах. Культурология. Эн-

Методами аналитической психологии К. Юнга выведена зависимость поведения людей от архетипов, заключенных в мифологических образах. Данный теоретический пласт применим и к особенностям современной политики медиа. Новая эпоха с точки зрения ее идеологического влияния рассмотрена в работах Э. Тоффлера, С. Жижика, Н. Лумана, Ю. Хабермаса<sup>1</sup>.

О превращении мифа в орудие пропаганды рассуждают ведущие теоретики XX века: Р. Барт, Ж. Эллиоль и современные отечественные исследователи: С.С. Васильев, Д.М. Еникеева, Л.Н. Воеводина, М.А. Чикурова, А.Н. Ильин<sup>2</sup>.

Для раскрытия темы необходима характеристика эпохи медиа как специфической формы социальной реальности. Наибольший интерес в этом направлении представляют работы М. Маклюэна, В. Беньямина, Ж. Бодрийяра, М.К. Мамардашвили, Е.Д. Павловой, Н. Винера, Л. Бриллиозна, Г-Д Лассуэла<sup>3</sup>.

---

циклопедия в 2-х т. – М.: РОСПЭН, 2000 – Т.1 С. 358-359; Лессинг Г. Э. Лаокоон, или о границах живописи и поэзии. – М.: Художественная литература, 1957; Хьюбнер Курт. Истина Мифа. – Изд-во «Республика», 1996.

<sup>1</sup> См.: Юнг К.Г. Архетип и символ / Сост. и вступ. ст. А.М. Руткевича. – М.: Ренессанс, 1991; Юнг К.Г. Проблемы души нашего времени. – М., 1994; Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Пер с англ. / – М.: ООО «Издательство АСТ» 2003; Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия. // Искусство кино, 1998, № 1; Луман Н. Власть. / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2001; Луман Н. Реальность массмедиа. / Пер с нем. А.Ю. Антоновского М.: Праксис, 2005; Луман Н. Что такое коммуникация? / перевод с нем. Д.В. Озирченко // Социологический журнал. – 1995; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. под ред. Д.В. Складнева – СПб.: Наука, 2000.

<sup>2</sup> См.: Барт Р. Избранные Работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994; Эллиоль Ж. Политическая иллюзия. Пер. В.В. Лазарев.- М.: NOTA BENE, 2005; Васильев С. Механизмы и уровни внедрения мифа в массовое сознание: масс-медиа как инструмент социального мифотворчества. Режим доступа: [http://www.hist-edu.ru/hist/book2/2\\_2009/3\\_ru.php](http://www.hist-edu.ru/hist/book2/2_2009/3_ru.php); Еникеева Д.М. Культурология: справочник. – Ростов н / Д.: Феникс, 2008; Воеводина Л.Н. Мифотворчество как феномен современной культуры. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/mifotvorchestvo-kak-fenomen-sovremennoi-kultury>; Чикурова М.А. Мифы как фактор функционирования политической сферы российского общества: социологический анализ: диссертация кандидата социологических наук: 23.00.02. – Москва, 2007; Ильин А.Н. Дискурс новостей и его мифотворчество. Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2010-12/Ilin.pdf>

<sup>3</sup> См.: Маклюэн Г.М. Галактика Гуттенберга. Становление человека читающего. – М., 2005; Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Жуковский 2003; Беньямин В. Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избр. Эссе. – М., 1996; Бодрийяр Ж.К. К критике политической экономии знака. – М., 2007; Бодрийяр Ж. Общество Потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, Республика, 2006; Бодрийяр Ж. Совершенное преступление. Интернет источник: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Sov\\_Prest.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Sov_Prest.php); Мамардашвили М.К. «Эс-

Особое внимание проблемам коммуникационных технологий электронной эпохи уделили современные медиааналитики: В. В. Прозоров, А. А. Кашук, М.Г. Анохин, Г.Г. Почепцов, В.Р. Мединский, Б.М. Сапунов<sup>1</sup>.

Анализ различных форм трансляции, распространения и воздействия электронных сообщений содержится в исследованиях Н. Зоркова, В.Л. Саппака, Б.Д. Гаймаковой, С.А. Муратова, М.П. Бахтина, Н.К. Приваловой, Л.А. Дмитриева, И.К. Беляева<sup>2</sup>.

О нравственных, философских и психологических аспектах восприятия культуры аудиторией размышляли: Ф. Ницше, А. Маслоу, В. Франкл, М.С. Каган<sup>3</sup>.

О путях достижения взаимопонимания между властью и населением рассуждали: Ф. Фукуяма, Й. Хейзинга, О.Н. Астафьева, П.Н. Киричѣк, В.Д. Попов, Ч.А. Мисбахова<sup>1</sup>.

---

тетика мышления» режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/mmk/estetika.html>; Павлова Е.Д. Сознание в информационном пространстве.- М. 2008; Винер Н. Индивидуальный и общественный гомеостаз. Режим доступа: [http://grachev62.narod.ru/wiener/n04\\_94st.html](http://grachev62.narod.ru/wiener/n04_94st.html); Бриллоэн Л. Наука и теория информации. Режим доступа: [http://reslib.com/book/Nauka\\_i\\_teorija\\_informacii\\_Billyuen\\_L\\_#1](http://reslib.com/book/Nauka_i_teorija_informacii_Billyuen_L_#1); Лассуэл Г.Д. Психопатология и политика. Режим доступа: [http://sibiblio.com/biblio/archive/lasuel\\_psi/](http://sibiblio.com/biblio/archive/lasuel_psi/).

<sup>1</sup> См.: Прозоров В.В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004; Кашук А.А. Телевидение: приемы манипулирования сознанием зрителя и общественным мнением. ИПК работников телевидения. – М., 2007; Анохин М.Г. Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2000. – № 2; Почепцов Г. Г. Информация & Дезинформация.- Киев: Эльга Ника – Центр, 2001; Почепцов Г.Г. Как становятся президентами. Избирательные технологии XX века. – Киев, 1999; Почепцов Г.Г. Психологические войны. – М., 2001; Мединский В.Р. О русском пьянстве, лени, жестокости. – Изд. 2, исправленное. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009; Сапунов Б.М. Введение в культурологию. Основы медиакультуры. – М. 2006;

<sup>2</sup> См.: Зорков Н. Инфотейнмент на российском телевидении <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-ww.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>; Саптак В.Л. Интернет источник: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/6416>; Гаймакова Б.Д. Дискуссия в эфире. ИПК работников телевидения. – М., 2008; Муратов С. А. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Искусство, 1983; Бахтина М.П. Телевидение государственной думы. Вехи развития. – М.: ИПК работников телевидения, 2005; Привалова Н.К. Критерии качества телевизионных программ. – М.: ИПК работников телевидения, 2004; Дмитриев Л.А. Искусство публицистики. – М.: ИПК работников телевидения, 2000; Беляев И. Открытия телевидения. Спектакль документов. – М.: ИПК, 2006.

<sup>3</sup> См.: Ницше Ф. Рождение трагедии из духа музыки // Ницше Ф. Сочинения в 2-х тт. Т. 1. – М., 1990; Ницше Ф. Сочинения в двух томах. – Т.2. – М.: Мысль, 1990; Маслоу А. Мотивация и личность.- СПб.: Евразия, 1999; Франкл В. Человек в поисках смысла: Сборник / Пер. с англ. И нем. Д.А. Леонтьева, М.П. Папуша, Е.В. Эйдемана. – М.: Прогресс, 1990; Каган М.С. Философия культуры. Становление и развитие.- Изд-во «Лань», 1998.

Медиаобразованию, как средству защиты населения от искаженной медиареальности, посвящены работы: А.В. Федорова, Н.В. Чичериной, Т.В. Ивановой, Т.В. Артемьевой, О.С. Березиной<sup>2</sup>.

**Объект исследования:** медиакультура как социокультурное явление.

**Предмет исследования:** механизм формирования медиакomпетентности средствами медиакультуры.

**Цель исследования:** Исследовать с точки зрения философии, культурологии, социологии, искусствоведения характер взаимоотношений медиакультуры и общества в разные периоды и разработать медиакультурные основания для повышения взаимопонимания между ними.

Цель данного исследования потребовала комплексного решения следующих исследовательских задач:

- проследить историко-культурную динамику формирования медиакультуры;
- выявить сущность понятия «медиакультура», ее функций и определить ее роль, характер и место в современном мире;
- проанализировать понятие мифа и его разновидностей (литературного, политического, идеологического);
- рассмотреть медиакультурные механизмы повышения востребованности медиакультуры населением, изучить специфику некоторых моделей их взаимодействия в медиасреде;

<sup>1</sup> См.: Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004; Хэйзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. – М.: Прогресс – Традиция, 1997; Астафьева О. Н. Становление национально-культурной (коллективной) идентичности в глобализирующемся мире: модели и практики. // Теория и практика культуры. Альманах. Выпуск 9 / общ. ред. О. Н. Астафьева, П.Н. Киричек. – М.: Изд-во РАГС, 2011; Киричек П.Н. Лики медиакультуры и маски политики – М.: РАГС, 2010; Киричек П.Н. Информационная культура общества: монография. – М.: Изд-во РАГС, 2009; Попов В.Д. Информационное общество, СМИ и информационная политика. Режим доступа: [znatock.com](http://znatock.com); Попов В.Д. Национальная идеология и информационная политика. Режим доступа: [http://ni-journal.ru/archive/2006/n4\\_06/for306/7384e50d/](http://ni-journal.ru/archive/2006/n4_06/for306/7384e50d/); Попов В.Д. Социальная информатология и журналистика: Учебное пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2007. Мисбахова Ч.А. Коммуникации государственного лидера и общества: монография. – Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2008;

<sup>2</sup> См.: Федоров А.В. Развитие медиакomпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/fedorov13.htm>; Чичерина Н.В. Медиаобразование в контексте изменяющейся социальной реальности: монография. – Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: Поморский университет, 2008; Иванова Т.В., Артемьева Т.В., Березина О.С. Медиаобразование: социально-педагогические аспекты: Учебное пособие. – М.: МАКС Пресс, 2009.

- обосновать необходимость медиаобразования как механизма повышения медиакомпетентности нации и метода защиты от манипулятивных форм идеологии.

**Теоретико – методологическая база** исследования представлена рядом культурологических, философских, искусствоведческих, социологических и педагогических концепций, которые раскрывают природу медиакультуры, и ее возможности в выработке мотивации для взаимодействия народа с властью. К их числу могут быть отнесены концепции «доверия» Ф. Фукуямы, «коммуникативной природы власти» Н. Лумана, «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса, «волновых типов общества» Э. Тоффлера, «психоанализа» Г. Маркузе, «архетипов» К.Г. Юнга, «человеческой мотивации» А. Маслоу, «игры» Й. Хейзинги. В процессе подготовки работы, в соответствии с ее целями и задачами был использован ряд научных методов, имеющих междисциплинарный характер, который предполагал различные подходы к анализу примеров и формулированию выводов: системно–структурный, компаративный, аналитический, искусствоведческий. Названные методы предназначены для более целостного прогнозирования будущего, существенной частью которого является медиареальность с целью адаптации человека к ожидаемым изменениям и подготовки общества к перспективному развитию.

**Эмпирическую базу** диссертационного исследования составили:

- предметы искусства древних культур: рельефы, фрески, картины, книги;
- современная медиапродукция, преимущественно телепередачи центральных и региональных каналов;
- результаты социологических исследований медиааудитории;
- результаты педагогических наблюдений автора в области медиаобразования;
- обширный материал научно–практических конференций, посвященный креативности, инновациям в области культурной политики СМИ, укреплению национальной идентичности, повышению уровня медиакомпетентности;
- публицистическая литература: журнал «Социология Власти», сборники научных трудов «Теория и Практика Культуры», «Культура и культурная политика», «Философия и наука в современном мире».

Все перечисленные источники помогли диссертанту комплексно подойти к осознанию природы медиакультуры, к возможностям выработки ме-

тодов и механизмов доверия с целью удовлетворения интересов и власти и народа, и к обоснованию собственной научной позиции по данной проблеме.

**Положения, выносимые на защиту**, в которых отражено авторское понимание медиакультуры, ее возможностей и проблем в современном обществе.

1. Зарождение медиакультуры связано с имманентной потребностью человека в общении и в обмене информацией, ее элементы были представлены во все времена и во всех человеческих обществах. Развитие медиакультуры шло в тесной взаимосвязи с религией, магией и мифологией, которые инициировали развитие различных суггестивных приемов, ставших впоследствии инструментами власти в целях манипуляции сознанием населения.

2. Медиакультура является информационным и коммуникативным посредником между властью и населением. Эта среда, обладающая привлекательными условиями для пребывания, где информационная атака на массы производится по законам игры, базируется на многочисленных пиратехнологиях, которые замыкают бытие человека в очерченных медиакультурой пределах.

3. Миф имманентен психике человека. В нем неистребима страсть к мифотворчеству, поэтому оно является одним из важнейших механизмов влияния медиакультуры на общество. Власть привлекает сакральная природа мифа, которая дала основания для зарождения религиозных и политических мифов, ставших мощным средством манипулирования массами.

4. Многочисленные акции протеста в современном мире свидетельствуют о том, что общество все болезненнее воспринимает намерение власти влиять на его сознание мифологическими методами и грозит ей в очередной раз потерей доверия. В создавшихся условиях власти необходимо отказаться от привычных методов заказного мифотворчества и с помощью медиакультуры предложить населению комплекс совместных инициатив, направленных на восстановление чувства взаимопонимания.

5. Потребность общества в медиаобразовании обусловлена беспокойством за судьбу подрастающего поколения в условиях глобализации. Способность интерпретировать, трактовать и критически оценивать медиатексты необходимо развивать с детских лет. Для этой цели необходимо внести дополнения в систему обязательного и дополнительного образования, направленную на развитие медиаграмотности и повышение медиакомпетентности.

Современная наука обладает комплексом наработок в этой сфере, которые уже сегодня следует внедрять и развивать.

**Теоретическая и практическая значимость диссертации.** Данное исследование будет полезно представителям властных структур с целью поиска показательных исторических примеров взаимодействия медиа с обществом, для разработки стратегии собственного поведения в медиасреде и взаимодействия с медиамиром. Многие авторские наработки также будут хорошим приложением к основному материалу на факультативных занятиях по медиаобразованию. Диссертация обладает материалом, полезным для профессиональной деятельности медиарботников. Авторские наблюдения помогут скорректировать политику СМИ в целях возвращения к ним доверия потребителей медиапродукта.

**Достоверность и научная обоснованность** результатов исследования обеспечивается:

1. согласованностью теоретико–методологических позиций, логической и методологической обоснованностью выводов диссертации, опирающихся на проверенные временем концепции и идеи культурологического, философского, социологического характера;

2. обширной эмпирической базой исследования, соответствием проведенных исследований и сделанных выводов задачам исследования, большим количеством привлеченных источников. Работа направлена на коррекцию современных медиапроцессов с учетом опыта прошлого и с ориентиром на будущее. Рассмотрены потребности аудитории. Описывается природа механизма восприятия информации зрителем.

Основные научные результаты и научная новизна диссертационного исследования заключается:

- в философско-культурологическом анализе коммуникативных, психологических, информационно-семиотических, исторических оснований медиакультуры, начиная с самых ранних стадий развития человечества, не являвшихся ранее предметом специального исследования;

- в теоретико–методологическом определении сущности медиакультуры, в системно–структурном анализе ее функций, в аксиологическом осмыслении медиапроцессов, действующих в современном обществе и в прогнозировании их дальнейших векторов развития;

- в установлении причин зарождения социальных и политических мифов, как способа конструирования реальности, который позволяет разграничить понятие мифа, как изначальной культурной формы и понятие мифотворчества как способа создания соответствующей идеологии;
- в выявлении возможностей повышения доверия населения к власти, в описании действия медиакультурных механизмов, в предупреждении и устранении поведенческих моделей в медиасреде, направленных на развитие отчуждения между политическим лидером и обществом.
- в выработке креативных и инновационных моделей совместных инициатив власти, народа и медиа, направленных на укрепление национальной идентичности и повышения уровня медиакомпетентности;
- в методически разработанных инициативах по проведению медиагигиены в культурной политике страны, в определении многопрофильных возможностей медиаобразовательных учреждений по гуманитарному развитию молодого поколения, в предупреждении опасности хаотичного развития факультативных центров медиаобразования.

**Апобазация работы:** Основные положения и выводы исследования вошли в доклады и выступления автора на следующих конференциях и семинарах:

- «IV Международная научно – практическая конференция «журналистика и медиаобразование - 2010».- Белгород, 22 – 24 сентября 2010 года;
- «III Культурологический конгресс с международным участием «Креативность в пространстве традиции и инновации». - Санкт-Петербург, 27-29 октября 2010 года.;
- Культурные потребности молодежи: динамика в условиях социокультурных изменений: материалы 30-го научно – методологического семинара.- Москва, 5 апреля 2010 года.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры культурологии и социальной коммуникации Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» 9 апреля 2012 г. (протокол № 8) и принята к защите на заседании диссертационного совета Д.504.001.08 РАНХ и ГС при Президенте РФ.

Основное содержание работы отражено в 11 авторских публикациях общим объемом 4, 6 печатного листа.

**Структура работы.** Цель и задачи исследования обусловили структуру диссертации, состоящую из введения, двух глав (шесть параграфов), заключения и списка научной литературы.

## **II. Основное содержание работы.**

Во **Введении** раскрывается актуальность темы диссертационного исследования, обобщается степень разработанности проблемы, обозначаются цели и задачи исследования, намечаются методы исследования, теоретическая и эмпирическая база, предмет, объект, устанавливаются основные положения, выносимые на защиту. Выводится научная новизна, теоретическая и практическая значимость, раскрываются результаты исследования.

Первая глава **«Теоретико-методологические основания исследования медиакультуры»** посвящена анализу понятийного аппарата, генезиса и функций медиакультуры, а также методов и механизмов, необходимых для исследования ее роли в развитии взаимоотношений между властью и населением.

В первом параграфе **«Становление и развитие медиакультуры как инструмента власти»** основное внимание исследования направлено на историю становления медиакультуры в период от античности до наших дней. Автор прослеживает культурно-историческую динамику формирования медиакультуры и делает вывод о том, что ее зарождение связано с имманентной потребностью человека в общении и в обмене информацией. Элементы медиакультуры были представлены на протяжении всего рассматриваемого периода и во всех человеческих обществах. Развитие шло в тесной взаимосвязи с религией, магией и мифологией, которые инициировали возникновение различных суггестивных приемов, ставших впоследствии инструментами власти.

Генезис медиакультуры с древности до наших дней охватывает все периоды социокультурной эволюции: бесписьменность, устное вербальное общение, рождение первых графических знаков, письменность, книгопечатание, появление первых иллюстраций. Автор выдвигает гипотезу о том, что медиакультурные основания развития медиакультуры имеют непосредствен-

ную связь с мышлением человека и возникают на основе базовых человеческих потребностей: в получении информации, в принадлежности к коллективу, в интерпретации действительности, в ее фиксации, в сохранении информации, в иллюстрировании повествования, в религиозно-мистической окраске информации, в эстетически привлекательной информации, в обожествлении и восхвалении публичных фигур, в формировании медиасреды, в желании видеть за информацией личность, в желании соглашаться с ней и дискутировать. Удовлетворение названной потребности прослеживается со времени зарождения ораторского искусства в Древней Греции. Ход беседы диссертант пытается сравнить с «Логосом» огня Гераклита, который разгорается и гаснет по определенным законам. На основе этого предположения автор анализирует драматургию выступления, представляя ее постоянным воспламенением и сторанием интереса, для поддержания которого требуются ресурсы – перипетии, неожиданные повороты, и яркая вспышка кульминации, приводящей разговор к концовке. На этих основаниях в качестве дополнительного пособия автор предлагает использовать диалоги Платона.

В связи с перечисленными выше потребностями становится очевидным, что понятие «власти» включает понятия «узнаваемости», «восхваления», «преклонения». Этим объясняется родство всех публичных мероприятий ритуальным и магическим действиям, вызывающим страх, трепет и тягу населения к повиновению. Все они возникли на фундаменте обожествления знаков, мифологизации текстов, нуминозности атмосферы, архетипичности образов, суггестивных приемов, ставших впоследствии инструментами в целях воздействия на сознание населения.

Наглядными средствами, способствующими скорейшей популяризации информации являлись картины, фрески, барельефы, книги, ораторские высказывания. Первые требования к качеству информации показывают, что на нее изначально была возложена совершенно конкретная миссия по озвучиванию императива и поддержанию авторитета власти. Таким образом, человечество открыло для себя информационный ресурс, который впоследствии обеспечил постановку информационной политики на одну ступень с политической экономической, социальной и культурной<sup>1</sup>, отмечает В.Д. Попов.

<sup>1</sup> См.: Попов В.Д. Информационное общество, СМИ и информационная политика. Режим доступа: [znatock.com](http://znatock.com)

Анализ зарождения первых медийных форм: аналитики, диатрибы, эпиграммы, полемики, публицистики проявил намерение власти регулировать информацию с помощью цензурных ограничений и формировать авторитет при помощи сакрального, магического, ритуального инструментария медиакультуры.

Во втором параграфе **«Сущность и структурообразующая функция медиакультуры»** медиакультура выступает результатом развития традиционных культур человечества, сохранивших свои основные черты и сущность. То есть медиакультура, как и культура предшествующих эпох, выступает посредником между людьми и выполняет, главным образом, информационную функцию. Но принципиальным отличием медиакультуры от традиционных культур является уровень ее технической оснащенности, позволяющий как привлекать к медиакультурным процессам неограниченные массы людей, так и тиражировать продукты медиакультуры практически для всего человечества. Такое расширение культуры от «элитарной» до «массовой» грозит рядом опасностей как для самой медиакультуры, так и для ее потребителей. В параграфе рассмотрены критические мнения классиков культурологии XX века М. Маклюэна, В. Беньямина, Н. Лумана, Ж. Бодрийяра, Й. Хейзинги, Х. Ортега-и-Кассета, Э. Тоффлера, проанализированы угрозы, которые несет медиакультура. Главная из этих угроз: опасность превращения мира в информационную свалку и деградация потребителей продуктов этой культуры. Это дает автору повод предположить, что в третьем тысячелетии человечество может вступить в постмедийную эру. Облегченность и одноразовость медиакультурного продукта угрожает обеим сторонам медиакультурного диалога: производителям – донорам и потребителям – реципиентам. В параграфе автор раскрывает прообразы некоторых медийных функций на основе различных культурных источников: библейских сюжетов, текстов художественной литературы. Эдемское яблоко выступает прообразом информационной функции. Скрижали завета Моисея свидетельствуют о тиражировании сакральной информации, и представляются прообразами нормативной, посреднической, информационной и консолидирующей функции.

На базе литературных источников и собственного профессионального опыта, диссертант выделяет ряд функций медиакультуры: информационную,

коммуникативную, нормативную, посредническую, интеграционную, экономическую, креативную, релаксационную, компенсаторную, посредническую, управленческую.

В работе описываются процессы, порожденные «информационным взрывом», и ситуация, приводящая к возникновению новой социальной реальности, сформировавшейся в условиях техногенной революции. Для этого рассматриваются основные группы медиценностей: материальные и интеллектуальные. К группе материальных относятся станок Гуттенберга, телевизор, видеокамера, радио, телефон, а к группе интеллектуальных - газетные статьи, телевизионные программы, документальные и художественные фильмы. Диссертант делает вывод, что интеллектуальные ценности медиакультуры с каждым годом все больше лишаются частного взгляда, а медиакультура представляется автору «кривым зеркалом», распространяющим свое искажение на всех, кто в него смотрит.

При этом автор исследования отнюдь не призывает лишь к сплошному осуждению медиакультуры, которая является единственной средой для связи человека с окружающим миром, и отмечает, что на ее счету масса успешных проектов в области кино, телевидения и литературы.

В третьем параграфе **«Методы и механизмы влияния медиакультуры на общество»** подвергаются анализу природа и сущность мифотворчества, которое представляется одним из наиболее распространенных способов воздействия медиакультуры на общество. Мифотворчество предусматривает процесс производства, создания и распространения мифов. Понятие мифа полисеманлично, в параграфе оно разграничивается: архаические формы отделяются от своих современных аналогов.

Диссертант классифицирует мифы по следующим категориям: по времени возникновения, по действующим лицам, по способу передачи, по методам постижения недоступного, по характеру ориентира на будущее, по характеру отношения к вымыслу.

На основании исследований А.Ф. Лосева, А.А. Тахо-Годи, Н.И. Прозоровой, Р.Г. Лессинга, К. Хьюбнера, Р. Барта, Л.Н. Воеводиной делается вывод о том, что миф имманентен человеческой психике и является неотъемлемой чертой человеческого сознания. Он выступает своего рода языком, каким люди общаются с окружающим миром. Анализ процесса мифотворчества позволяет сделать автору вывод, что мифотворчество присуще не только

социальным группам, народам и целым эпохам; но и каждому отдельному человеку.

Автор находит также предпосылки для классификации мифов; путем вычленения общих черт и целей. По его мнению, для всех типов мифов характерны: религиозная, сакральная природа мифотворчества; практичность; аксиологический ориентир; язык нуминозности (язык, характеризующий важнейшую сторону религиозного опыта, связанного с интенсивным переживанием таинственного и устрашающего божественного присутствия и придающий одновременно любому действию своеобразие очаровывающей тайны).

Также в работе выделяются некоторые этапы развития мифогенезиса: переход от политеистических мифов к монотеизму; мифология средневековья, Ренессанса и Нового времени; современное мифотворчество: экономические, политические, социальные, национальные мифы.

В дополнение к отмеченным типам классификации, автор считает необходимым разграничить мифы на идеалистические, и материалистические, производящиеся умышленно, преследующие узкие, корыстные цели. Непосредственное отношение к медиакультуре имеют преимущественно материалистические мифы, поэтому им уделена большая часть параграфа.

Для раскрытия темы исследования представляется необходимым выделение следующих причин и целей, по которым миф сегодня востребован обществом: потребность в принадлежности обществу; потребность в чуде; регулирование общественных процессов; демонстрация образцов поведения; создание желаемого образа социального строя; обожествление лидера; запугивание.

Современный мир предъявляет к мифу свои требования, которые направлены на безоговорочное восприятие их зрителем. К числу таких требований прежде всего относятся: простота понимания, общедоступность, императивность мысли, символичность; ритуальность, обрядовость; глобальность масштабов.

На сегодняшний день процесс конструирования реальности настолько подвержен мифологизации, что возникает потребность ограничения социальной среды от ложной интерпретации действительности, инициатором которой является власть, а распространителем медиакультура.

Во второй главе «**Современные практики диалога власти и населения в медиакультуре**» исследуется проблемное поле коммуникации власти и общества через медиакультуру и вырабатываются методы для установки позитивного взаимодействия власти, населения и СМИ.

В первом параграфе «**Социокультурный анализ современных процессов мифологизации медиaprостранства**» медиасреда XXI века подвергается системному анализу и, в целях профилактики медиакультурных манипуляций, исследуются приемы, по которым современные медиатеchnологи конструируют мифы. Основными из этих приемов являются следующие: «Сотворение идолов», внушение, намеренное создание хаоса.

В ходе исследования автор делает следующие выводы: медиакультура выступает как мощный демифологизирующий фактор, и одновременно, является не менее могучим средством гипермифологизации реальности. С одной стороны само содержание мифа опустело и измельчало, а с другой возможности производства, тиражирования, закрепления и хранения современного медиамифа возросли беспредельно.

Современный социальный и идеологический миф проникает во все жанры аудио-визуальных искусств: рекламу, новости, публицистические передачи, развлекательные передачи, документальное кино. Наиболее активно мифопроцессы действуют в рекламе и новостях.

Мифологическое мышление сегодня активно используется в рекламе с помощью архетипических образов. Основным компонентом рекламы является «слоган», что в переводе с английского означает «боевой клич», призывающий зрителя или слушателя совершить то или иное действие.

Современные новости наиболее ярко иллюстрируют механизмы мифотворчества СМИ, в которых происходит смешение пиар и манипулятивных технологий:

- «бегство от действительности – эффект основан на динамике и частой смене событий

- качественное искажение – под видом нейтрального сообщения скрываются глубокие искажения информации»<sup>1</sup>.

Существует несколько отработанных приемов возможных манипуляций:

<sup>1</sup> См.: Еникеева Д.М. Культурология : справочник. – Ростов н / Д : Феникс, 2008.- С. 152.

- «Сенсационность сообщения»;
- «Повтор информации»;
- «Наличие единственной точки зрения»;
- «Вопрос без ответа»;
- «Игра на шаржах, карикатурах, преувеличениях»;
- «Элитарное общество». Данный рекламный прием направлен на при-  
соединение публичного лица к списку выдающихся деятелей: писателей,  
полководцев, ученых, политиков. Данная технология направлена на попада-  
ние медийного лица в ореол славы людей, известных не одно столетие.

Манипулятивные технологии направлены, как правило, на выработку у лидера харизмы, на превращение его в сакральную фигуру, с целью завоевания авторитета и доверия населения. Публичный человек не отходит ни на шаг от имиджа, созданного технологами. В работе отмечается, что лидеры, еще в древности наделяли себя божественными чертами. Но, в отличие от предьдущих эпох, диктаторы XX-го века обзавелись мощными инструмен-  
тами зомбирования населения: радио, кинематограф, телевидение.

Система художественно – выразительных средств для создания имиджа политикам начала нарабатываться со времен становления телевидения и к 90-м годам XX в. овладела богатым арсеналом отработанных приемов, касающихся и смысла и формы медиaproдукта.

В XXI веке у медиакультуры, со всей ее мощной системой мифотворчества, появилась совершенно новое коммуникативное средство – Интернет, с помощью которого стало возможным либо верифицировать либо опровергнуть официальную версию, преподносимую федеральными каналами на телевидении, радио и в печатной прессе. В Сети стал допустим объективный взгляд на события со стороны – так называемый принцип «по comment», один из найденных приемов, который в силах разоблачить многие политические мифы.

Во втором параграфе **«Защитные механизмы регуляции медиасреды от мифологизированных форм идеологии»** упоминается о том, что на счету медиакультуры масса успешных проектов в области кино, телевидения и литературы. Сегодня с ее помощью можно провести много полезных инициатив, направленных на восстановление национальной гордости и сохранения культурной идентичности страны в условиях глобализации.

Объединив исконные традиции с современным культурным потенциалом, можно последовать примеру Японии, удачно сочетающей передовые технологии с древними традициями. Среди федеральных СМК можно отметить проект телеканала «Культура», опыт которого упоминается в данной работе в качестве примера повышения престижа традиционной культуры в условиях кризиса национальной идентичности. Ставка правительства на программы, укрепляющие национальную самобытность, оправдана: восстановление культурного кода народа, даст возможность контакта с другими культурами и приведет к открытому диалогу как вне, так и внутри страны. В данном контексте будет весьма полезен творческий опыт регионов по пробуждению в обществе креативности, по укреплению чувства любви к малой Родине, по насыщению краеведческой «копилки» региона микро ценностями локальных культур. Опираясь на опыт калужского регионального телевидения, можно утверждать, что взаимодействие общества и государства в медиасреде возможно. Для успешного внедрения субъектно - объектных отношений медиакультура допускает наличие даже политического мифа, только качественно отличающегося от того грубого орудия пропаганды, каким он был во времена СССР. России сейчас требуется новый миф, объединяющий интересы власти и общества. Но в отечественной культурологии пока нет значительных научных исследований и разработок на эту тему.

Автор призывает к тому, чтобы российские властные структуры не ослабляли системы запретов и ограничений - но и не доводили их до бездумной тоталитарной жесткости, а разумно и взвешенно контролировали этот процесс. Такой метод работы с обществом назван в работе «медиагигиеной». Это понятие не сводится диссертантом лишь к запретительным мерам. Дотации в культуру и поддержка позитивной творческой инициативы является не просто благородным жестом со стороны власти, а фактором национального – в том числе и экономического - выживания.

В третьем параграфе **«Современные массмедийные практики формирования медиаграмотности населения»** вводятся понятия «медиаграмотности», «медиаобразования», «медиакомпетентности», кратко излагается история развития медиаобразования.

Цель медиаобразования приучить аудиторию настороженно относиться к насаждаемому медиапродукту. Однако здесь нужно соблюдать меру, чтобы

не вырастить в реципиентах мнительность и недоверчивость ко всем информационным средствам вообще, и не дать людям уйти в изоляцию.

Российский исследователь медиаобразования – А.В. Федоров утверждает, что сегодня есть масса российских и зарубежных разработок в области медиаобразования, которые могут послужить хорошей платформой для дальнейшего продвижения. В современной России уже работает несколько научных медиаобразовательных школ в Таганроге, Белгороде, Екатеринбурге. В Интернете существуют форумы и информационные порталы с доступом к монографиям и учебным пособиям на соответствующую тему. Уже 20 лет работает ассоциация медиапедагогов, в состав которой входит более трехсот человек.

В работе исследуется Интернет-среда, как удобное место для распространения медиакритики. В период, связанный с последними выборами, в Государственную Думу многие информационные материалы сопровождалась активными акциями протеста. В конце 2011 г.- начале 2012 г. медиакритика Интернета и некоторых независимых телеканалов показала высокий демократический потенциал населения.

Автор убежден, что население должно ощущать свое непосредственное влияние на медиамир, что позволит повысить его интеллектуальный уровень, приучит аудиторию к более грамотному анализу текущей ситуации, поможет избежать презентизма и футурофобии.

Интерактивное общение населения со СМИ – это привлечение зрителя к подготовке медиаматериалов. Любой желающий сможет влиять на выпускаемые медиапродукты: давать необходимую или просто интересную информацию о событии, критиковать и положительно оценивать качество сюжетов. Студентов и учеников необходимо обучить выражать свое мнение и аргументировать таким образом, чтобы к нему прислушались. В этом, по мнению диссертанта, заключается гражданская позиция человека по отношению к медиа и цель медиаобразования.

По сравнению с лидерами медиаобразования – Канадой, Австралией, Великобританией, российская ориентация на массовое медиаобразование в средних учебных заведениях пока носит весьма упрощенную форму. Статистические данные по Самаре показывают, что массовым медиаобразованием еще не стало: лишь 14% школ осваивают эту дисциплину в качестве факульт-

тативной, внеклассной деятельности, что ничтожно мало и вряд ли сыграет существенную роль в воспитании медиакомпетентной молодежи.

Когда ситуация изменится, сказать сложно, но автор подчеркивает, что необходимость в медиапросвещении становится острее с каждым днем, ведь современному населению не обойтись без внутреннего фильтра, который может защитить общество от мифов, манипуляций и всяческих проявлений произвола власти, и начинать формировать его следует с детских лет. Последнее время в России занимаются реформированием системы образования. Так, пытаются ввести православие в качестве основного школьного предмета. На сегодняшний день, по мнению диссертанта, назрела острая необходимость в список обязательных школьных предметов ввести и медиаобразование. Для успешной интеграции его в школы необходимо разработать учебную программу с необходимым количеством учебных пособий. Существует опасность того, что школьным учителям, уже ведущим определенные дисциплины едва ли удастся за короткое время освоить курс нового для них предмета должным образом. Подобные дисциплины, на наш взгляд, лучше преподавать специалистам, имеющим как теоретические знания в области медиа, так и практические навыки работы. Это позволит обучающему персоналу подходить к процессу обучения более творчески, разрабатывать методические инновации и постоянно обновлять учебный материал в условиях непрерывно меняющейся медиареальности.

Проведенное эмпирическое исследование по анализу работы медиаобразовательного клуба на базе Калужского Областного Дворца творчества Юных имени Гагарина свидетельствует о стремительном поднятии уровня медиаграмотности среди школьников.

Формирование медиаграмотности должно стать одним из основных направлений модернизации страны. Сегодня в интересах России подготовить своих граждан к новым условиям общения в информационном пространстве. Но без государственной поддержки подобной инициативе сегодня не обойтись.

В заключении подводятся итоги полученных теоретических и практических результатов, даются рекомендации переноса результатов исследования в культурную практику общества, формулируются основные выводы по работе, отмечаются основные направления дальнейшего исследования.

### III. СПИСОК РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

*Публикации в научных журналах, рекомендованных ВАК для опубликования основных результатов исследования.*

1. Кумелашвили Н.У. **Креативный потенциал средств массовой коммуникации в социокультурной модернизации** // Социология Власти. – 2011. - №3. (0,4 п.л.).
  
- Научные статьи, материалы, тезисы.*
2. Кумелашвили Н.У. **О некоторых исторических аспектах исследования медиакультуры** // «Философия в современном мире» сборник аспирантских работ №VIII. – Калуга: КГПУ им К.Э. Циолковского, 2009. (0,4 п.л.).
3. Кумелашвили Н.У. **О точках соприкосновения медиакультуры, религии и государственной власти** // «Философия в современном мире» сборник аспирантских работ №VIII. – Калуга: КГПУ им К.Э. Циолковского, 2009. (0, 25 п.л.).
4. Кумелашвили Н.У. **Потребность в мифологизированных конструктах сознания современного человека** // Культура и культурная политика. Выпуск VIII; под общ. ред. В.К. Егорова, О.Н. Астафьевой. – М.: Изд-во РАГС, 2010. (0,5 п.л.).
5. Кумелашвили Н.У. **Мифологизация сознания современного человека и СМИ** // Журналистика и медиаобразование – 2010: Сб. тр. 4 Междунар. Науч.-практ. Конф. (Белгород, 22 – 24 сент. 2010 г.) / под ред. Проф. А.П. Короченского, проф. М.Ю. Казак. – Белгород: Изд-во «Бел ГУ», 2010. (0,5 п.л.).
6. Кумелашвили Н.У. **Критический дискурс современных информационных потоков: объективная необходимость и существующая практика** // Третий Российский культурологический конгресс с международным участием «Креативность в пространстве традиции и инновации»: Тезисы докладов и сообщений. – Санкт-Петербург: ЭЙДОС, 2010. (0, 1 п.л.)
7. Кумелашвили Н.У. **Роль медиакультуры в конструировании взаимоотношений региональной власти и общества** // Теория и практика культуры. Альманах. Выпуск VIII ; под общ. ред. О.Н. Астафьевой, П.Н. Киричка. – М.: Изд-во РАГС, 2010. (0, 25 п.л.).
8. Кумелашвили Н.У. **О пользе критического элемента мышления в общественном сознании современного общества** // «Философия и наука в со-

временном мире» сборник аспирантских работ. – Калуга: КГПУ им К.Э. Циолковского № IX, 2010. (0,2 п.л.).

9. Кумелашвили Н.У. **Миф и мифотворчество в пространстве современной социокультурной реальности** // «Теория и практика культур» Альманах. Выпуск IX. – М.: Изд-во РАГС, 2011. (0,4 п.л.).

10. Кумелашвили Н.У. **История Медиакультуры: самоопределение от древности до нашего времени** // «Культура и цивилизация» № I. – М.: Изд-во «Аналитика Родис», 2011. (1,1 п.л.).

11. Кумелашвили Н.У. **О некоторых актуальных аспектах становления и развития медиакультуры как инструмента социальной власти.** // «Философия и наука в современном мире» сборник аспирантских работ №VIII. – Калуга: КГПУ им К.Э. Циолковского № X, 2011. (0,5 п.л.).

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии

**Кумелашвили Нанули Ушангиевны**

Тема диссертационного исследования:

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры  
(культурология)

Научный руководитель:  
кандидат философских наук,  
доктор культурологии, доцент  
**Садохин Александр Петрович**

Изготовление оригинал-макета  
Кумелашвили Нанули Ушангиевна

Напечатано с готового оригинал-макета

Подписано в печать 23.04.2012.  
Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.  
Усл. печ. л. 1,5. Тираж 100 экз. Зак № 212.

Отпечатано «Наша Полиграфия»,  
г.Калуга, Грабцевское шоссе, 126.  
Лиц. ПЛД № 42-29 от 23.12.99  
т. (4842) 77-00-75