

УДК 378:[008+316.7/.752] (Высшее образование. Университеты. Академическое обучение. Цивилизация. Культура. Прогресс. Социология культуры. Культурный контекст социальной жизни. Различные типы культуры. Культура различных обществ. Цивилизация. Институты культуры (религия, наука, образование и др.). Ценности)

## **МУЗЕЙ ВУЗА КАК ФОРМА УНИВЕРСИТЕТСКОЙ ГОМОСФЕРЫ: ОПЫТ СОЗДАНИЯ ГУМАНИТАРНОГО ПРОЕКТА В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ**

© 2018 О.С. Наумова

*Наумова Ольга Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры философии.  
E-mail: [naumovaos@mail.ru](mailto:naumovaos@mail.ru)*

Самарский государственный технический университет. Самара, Россия

Статья поступила в редакцию 30.10.2018

В статье представлен принципиально новый подход к исследованию университета как социокультурного феномена через гуманитарные формы, а именно: вузовский музей. *Вывод:* обладая феноменальными возможностями, связанными с социализацией и консолидацией студентов и преподавателей, гуманитаризацией пространства в локальном и глобальном измерениях, университет представляет собой многомерное гуманитарное пространство, где пересекается огромное количество действий, устремлений и образов, выраженных в разнообразных формах. Гомосфера университета, с одной стороны, обусловлена историческими условиями его деятельности, а с другой – социокультурными модусами. Разнохарактерная университетская среда, обусловленная культурными, этническими, социальными и другими контекстами уникальна, но при этом она представляет собой целую проблему для эффективной коммуникации. Музей университета – это один из центров дискурсов, призванных, с одной стороны, хранить и передавать социокультурный опыт, накопленный вузом за всю историю его существования, а с другой – они нужны для понимания ценностей прошлого и смыслов настоящего. Наравне с другими гуманитарными проектами университета сегодня музей является стратегическим ресурсом вуза, выступает в роли универсальной коммуникационной площадки для трансляции во внешнюю среду корпоративной культуры университета, закрепляя за ним статус интеллектуального флагмана, актуализирующего новые тенденции, задающего новые импульсы к движению и тренды развития города, региона и страны.

*Ключевые слова:* гомосфера университета, гуманитарное пространство, музей университета, «гении места», социокультурный институт.

*Введение.* Глобальный историко-культурный опыт подтверждает, что университет является полноценным только при наличии в нем уникальной гуманитарной среды – университетской гомосферы [3]. Понятие «гомосфера», введенное Д.С. Лихачевым [6], применительно к университету как объекту философско-культурологической рефлексии определяется нами через такие свойства как специфический университетский хроно-топ («длинное время» университета) и людей, спланивающих разные поколения («гении места»). Гуманитарные пространства являются универсальным механизмом повышения значимости стратегического развития любого вуза. Гомосфера университета – это не только новое понятие, но и возможность научного сопоставления ряда глобальных университетских типов, выдвинувших специфические гуманитарные формы. В первых европейских университетах XI – XIV вв. такими формами были университетские привилегии и

свободы, библиотеки с литературой на разных языках и аулы, где проводились торжественные сборы, и, наконец, так называемые «stadia humanitatis». В императорских российских университетах – это музейные и библиотечные пространства, научные школы, социальные лифты, интернационализация и национальное подвижничество. В эпоху индустриализации отечественным «ноу-хау» стали инженерно-технические вузы с их уникальной гомосферой, «духом» и «гениями места». Гуманитарными формами современных российских университетов, с одной стороны, являются креативные подходы и практики, связанные с развитием среды (новые музейно-библиотечные пространства, «места памяти» и т.д.), с другой – это события университетской жизни, которые, демонстрируя «длинное время» и выполняя социализирующую функцию, часто перестают быть сугубо корпоративными и приобретают статус городских (фестивали, конкурсы,

театральные постановки, концерты, встречи выпускников и т.д.), и издательская деятельность, ориентированная на связь поколений и расширение университетских границ.

*Анализ контекста.* Таким образом, университет представляет собой многомерное гуманитарное пространство, где пересекается огромное количество действий, устремлений и образов, выраженных в разнообразных формах. Разнохарактерная университетская среда, обусловленная культурными, этническими, социальными и другими контекстами, уникальна, но при этом она представляет собой целую проблему для эффективной коммуникации. В этой среде есть своего рода центры дискурсов, призванные, с одной стороны, хранить и передавать социокультурный опыт, накопленный университетом за всю историю его существования, а с другой – они нужны для понимания ценностей прошлого и смыслов настоящего. К гуманитарному центру такого рода относится музей университета, который выступает рупором корпоративной культуры вуза и представляет собой результат пересечения идеологического, научного и художественного пластов [1].

Созданием и/или обновлением корпоративных музеев разных типов сегодня озабочены не только крупные промышленные предприятия и заводы, но и образовательные учреждения – школы, колледжи и университеты. Первыми университетскими музеями были музеи Московского государственного университета: зоологический, которому уже более 225 лет, музей антропологии, музей земледелия и др. Региональным рекордсменом по числу музеев сегодня является Томский государственный университет, под крышей которого в составе экскурсионно-музейного комплекса работают сразу 9 музеев: музей истории ТГУ, зоологический музей, гербарий им. П.Н. Крылова, палеонтологический музей им. В.А. Хахлова, минералогический музей им. И.К. Баженова, музей археологии и этнографии Сибири имени В.М. Флоринского, музей истории физики, музей (отдел) редких книг научной библиотеки, Сибирский ботанический сад. Многие из них были открыты в 1880-х гг. – спустя несколько лет после открытия самого университета в 1878 г. Практически ровесником самого вуза является и музей Самарского государственного технического университета.

Эти факты указывают на то, что университетские музеи никогда не возникали спонтанно и сами по себе, представляя сборную коллекцию старой ненужности. Организация музейного пространства при университете как корпорации зна-

ний было делом государственной важности, музей указывал на престиж учебного заведения и его целевые ориентиры. В этом плане университетский корпоративный музей представляет собой пространство для коммуникации широкого круга участников, наполненное отобранными и концептуально представленными объектами историко-культурного значения, оснащенное необходимым материально-техническим оборудованием и профессиональным сервисом. Это – коммуникационный центр, место для генерации идей и распространения информации социокультурного значения, это и средство коммуникации в виде специфической, основанной на особом материале, универсальной знаковой системы, в которой находят свое воплощение вербальные, визуальные, электронные и другие способы передачи информации. И наконец, музей – это уникальный канал коммуникации, расширяющий границы межкультурного общения и взаимодействия.

*Традиционное понимание музея как хранилища ценностей,* культурного и образовательного центра, научно-исследовательского института и т.д., безусловно, тривиально и чрезмерно универсально. Современный музей – это, прежде всего, уникальное пространство, призванное служить межкультурному взаимодействию, информационному и ценностному обмену между различными социальными общностями и сообществами, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами [7, с. 257]. В том, что именно он говорит о себе своим посетителям, обществу в целом, заключается миссия музея – университетского, корпоративного, художественного, литературного и т.д.

Известно, что еще в античности школы, академии и музеи были местом не для уединения, а для общения, где в спорах рождались идеи, здесь писатели, философы, музыканты и художники презентовали свои произведения и получали критику. Понимание именно коммуникационной миссии, особенно важно, когда речь идет об университетском музее, поскольку он одновременно оказывает колоссальное воздействие на отдельную личность (студента, преподавателя, стороннего посетителя – партнера или абитуриента) и на общество в целом. С другой же стороны, в каждом отдельно взятом университете актуальна проблема сохранения и развития своей культуры и уникальной гуманитарной среды в парадигме общего развития общества города, региона, страны и цивилизации [11].

Рассмотрение музея как института, выражающего связь поколений и устремленную в будущее миссию университета, как важнейшей инфраструктуры гуманитарного пространства университета, ведет к определению функциональной модели вузовского музея. В качестве примера мы предлагаем изучить опыт создания качественно нового пространства – интерактивного музея науки «Политех» в Самарском государственном техническом университете (СамГТУ). Данный проект уникален в Самарской области, однако имеет аналоги в России и мире: музей оптики университета ИТМО (Санкт-Петербург), музей занимательной науки в ПетрГУ (Петрозаводск), музей занимательных наук СФУ (Красноярск), музей науки Массачусетского технологического института (США), музей науки Болонского университета (Италия).

Итак, *идея организации интерактивного музея науки* в СамГТУ родилась неслучайно. Эта инициатива среди прочих легла в программу развития Самарского государственного технического университета как опорного вуза в 2016 – 2020 гг. Вузу с более чем вековой историей потребовалось создать новую уникальную гуманитарную среду для решения целого ряда коммуникационных задач. Для эффективного диалога университета с членами вузовской корпорации (студентами и профессорами) и внешней аудиторией (партнерами, абитуриентами, жителями и гостями города, представителями власти) на новом, современном языке имеющиеся музейно-выставочный центр и геолого-минералогический музей перестали подходить. Стоит отметить при этом, что их экспозиции отвечают принципам историзма и научности, избирательного, обоснованного подбора материала (фотографии, статьи, вырезки из газет, макеты, медали и т.д.), предметного показа (все, что представлено в экспозициях – подлинники), локальности (все материалы связаны с университетом, его людьми). Так, традиционный музейно-выставочный центр, который в университете неофициально называют «красным уголком», был открыт 20 октября 1978 г. – тогда еще в Куйбышевском политехническом институте и, в соответствии с приказом министра высшего и среднего специального образования РСФСР, именовался музеем трудовой и боевой славы.

Показателен такой *исторический факт*: в первом штатном расписании Самарского политехнического института, датированном, как и Указ Николая II, 3 июля 1914 г., была предусмотрена штатная единица хранителя музея с жалованьем в

900 рублей в год, дополнительно ему положены были «столовые» и «квартирные» по 150 рублей в год по каждой позиции [5, с. 356]. Известно, что первые материалы для экспозиции принесли в музей ветераны. Вначале 1990-х гг. проводилась реэкспозиция музея, и в 1993 г., когда институт уже стал университетом, музей был переименован в «музейно-выставочный комплекс», большая часть экспозиции которого давала представление о научных достижениях вуза. В 2000 г. музей снова был подвергнут реэкспозиции и перебазирован в новое помещение. Свое настоящее название музейно-выставочный центр получил в 2002 г., структура музейных экспозиций повторяет структуру университета: каждому факультету отведено место, на котором представлены документы и экспонаты, подтверждающие становление и развитие кафедр. В фондах музея имеются сертифицированные памятники науки и техники 1-й категории: арифмометр советского производства «Феликс» конца 1930-х гг., выпущенные в Германии коррентатор (устройство для сложения и вычитания чисел) начала XX в. и вольтметр. Эти и другие сертифицированные артефакты являются объектом охраны государства согласно действующему законодательству, а сведения о них внесены в банк данных «Памятники науки и техники России» с фотографиями и описаниями. Среди редких приборов, хранящихся в музее, также чертёжный прибор фирмы «Рихтер», логарифмическая линейка. Всего фонды музейно-выставочного центра сегодня насчитывают более шести тысяч единиц хранения.

В 2004 г. в вузе был открыт еще один музей – геолого-минералогический, являющийся настоящей сокровищницей вуза. Свое развитие музей начал практически со времени образования нефтяного факультета: в 1950-е гг. в институте появился минералогический кабинет, пополнявшийся различными образцами в качестве учебного материала [5]. Коллекция формировалась за счет многочисленных образцов камней и минералов, которые привозили студенты вуза с практик из различных уголков Советского Союза. Так, например, из Сибири были привезены бивни мамонта, из района Кашпир в конце 1940-х гг. К.В. Поляков доставил череп шерстистого носорога. В настоящее время геолого-минералогический музей СамГТУ насчитывает более трех тысяч минералогических и палеонтологических образцов, среди них есть редкие и редчайшие. Ежегодно музей посещают до двух тысяч человек, в том числе школьники, а для студентов университета

коллекция и площадка музея является хорошей основой для научных изысканий. Экспонаты геолого-минералогического музея рассказывают об открытиях, истории добычи нефти в Самарском крае, о копиях на Серной горе и первом российском целестине, о Царёвом кургане, о волжском агате и окаменелом дереве. Музей хранит образцы с отпечатками листьев растений пермской эпохи. На некоторых были установлены новые виды и даже род растений, а музей стал обладателем уникальных логотипов. Завораживающие взор экспонаты геолого-минералогического музея – это не только богатейший материал для изучения, но и сама красота Земли, извлечённая из её недр. Двери музея в будни открыты для всех жителей и гостей Самары – вход посетителей свободный.

К слову, признание за музеем вне зависимости от его типа важной *социальной миссии*, связанной с ролью культурного наследия в развитии современного общества и социализации человека, произошло сравнительно недавно – на рубеже XX–XXI вв. [8, с. 117]. По справедливому замечанию эксперта Международного Совета музеев (ICOM), представителя дирекции музеев Франции Ж. Саллуа, «каков бы ни был музей, большой или более скромный, общегосударственного или местного значения, общественный или частный, любой из них сегодня должен поставить перед собой вопрос о своем предназначении, о расширении своих коллекций и круга своих посетителей, о своей роли в городе или регионе, о своем месте в национальном и международном плане, одним словом, разработать свой культурный проект» [9]. Культурный проект – основа и, пожалуй, главный смысл и современного корпоративного университетского музея. Как коммуникационная площадка вуза, он выполняет не только имиджевые функции, связанные с необходимостью создать и транслировать аудитории позитивный и контролируемый образ вуза – и в этом смысле музей обладает глубиной, значительно большей, чем любой другой PR-инструмент: сайт, буклет, социальные сети и т.д. Являясь предметом гордости, музей демонстрирует внешней и внутренней аудитории собственный статус вуза, при этом музей – это, с одной стороны, носитель и аккумулятор информации о деятельности, повседневной жизни и уникальных фактах из жизни университета, а с другой – это привилегия успешного института, которому действительно есть что показать и о чем рассказать миру. Музей как социокультурный центр способен выполнять полифункциональные задачи, среди которых информационно-поисковые, обра-

зовательно-воспитательные и развлекательно-рекреационные [9].

Еще одна немаловажная ссылка: в РФ в соответствии со стратегией модернизации образования в XXI в. провозглашаются задачи сохранения, распространения и развития национальной культуры, воспитания бережного отношения к отечественному историческому и культурному наследию, развития творческих способностей личности, и приоритет в решении этих задач принадлежит педагогу, способному, желающему и умеющему творчески работать с обучающимися [2, с. 29].

Задумываясь над концепцией корпоративного интерактивного музея науки «Политех» Самарского государственного технического университета, авторы определенно понимали, что создаваемое новое гуманитарное пространство вуза – это не «пыль веков» и не очередной «красный уголок», а лаборатория креатива, идей и впечатлений. Так, в основу концепции интерактивного музея науки Самарского политеха легла идея университета как «города в городе», в котором есть прошлое, настоящее и будущее, вуза, в котором чтут вековые традиции и активно развиваются наука и инновации. Музей неслучайно представлен как центральное гуманитарное пространство вуза, актуальное место интеллектуального досуга, коммуникационная площадка, демонстрирующая значительность и престижность науки в целом и профессии инженера, в частности.

*Миссия этого гуманитарного проекта* была определена как трансляция для широкой аудитории регионального и мирового значения научных достижений и разработок университета. Важно, что над созданием концепции будущего музея работали сразу несколько поколений студентов, преподавателей с разных факультетов, а также выпускники университета, что позволяет выделить главную социокультурную характеристику данного проекта – «длинное время». Экспозиция объединяет традиционные музейные экспонаты и передовые выставочные технологии – мультимедийные стенды и интерактивные инсталляции. Музейный проект продемонстрирует масштаб университета, его плотное сотрудничество с городом и регионом, колоссальное влияние технического вуза на жизнь города, региона и страны. Важно, что это многофункциональное пространство и определенная гомосфера, демонстрирующая концепцию университета как единого организма, в котором все его составляющие – равноправные участники процесса. Бесспорно, это новая точка притяжения в университет широкого

круга стейкхолдеров, новая точка культурного пространства Самары и всего региона.

Среди культурных ценностей, определенных концепцией данного проекта значатся следующие: музей – это открытая площадка для города, центр городской жизни, нового вида активности – интеллектуального досуга и коммуникации; популяризация науки и инноваций университета; наука как ключевой инструмент современного познания мира и деятельности на благо человека; демонстрация влияния научных разработок на ежедневный быт и окружение среднестатистического человека; непосредственное, органичное взаимодействие научных разработок университета с местным сырьем и местными производствами; провокация к участию в научной и культурной жизни; ценность личности и гомосферы: демонстрация того, что университет создавали и создают конкретные люди со своей историей и гуманными идеями.

В этой связи очевидны *три стратегические цели университетского музея*: вовлечение (экспозиция музея создает новое гуманитарное пространство, представляя созидательный потенциал региональной, университетской науки, работающей на благо человека – города – страны), просвещение (контент экспозиции связывает историю мировой и региональной науки с повседневностью) и развитие (на площадке выставочного пространства музея реализуются обучающие программы для школьников, абитуриентов, студентов, а также людей «серебряного возраста»). К слову, о «вовлечении» и «соучастии»: по задумке инициаторов этого проекта, большинство экспонатов выставочной зоны изготавливаются в лабораториях и мастерских вуза. В течение года была организована сложнейшая работа по сбору и обработке информации с деканами, заведующими кафедрами, доцентами и студентами, заинтересованными в появлении в университете качественно нового пространства. Скепсис профессоров, ведущих ученых университета буквально на глазах менялся на заинтересованность и искреннее желание лично принять участие в реализации этого нового, креативного проекта. Конструктивные предложения поступали и от студентов вуза, молодых и активных сотрудников университета, которые увидели в этом проекте потенциал.

Контент экспозиции музея не привязан к истории и хронологии создания факультетов вуза, которому в 2014 г. исполнилось 100 лет. При этом посредством графического дизайна самые значимые и яркие вехи истории университета находят

свое отражение в создаваемом креативном пространстве. Важно, что в эту же цепочку включены культурные, общественные события и мероприятия, происходившие в вузе, цитаты великих и известнейших выпускников и т.п. Экспонаты было решено разместить в соответствии со сферами, в которых университетская наука имеет компетенции: «Нефть», «Химия», «Энергетика», «Металлургия», «Информационные технологии», «Пищевые технологии», «Строительство, архитектура, дизайн». Так, среди мультимедийных экранов и конструкций, макетов нефтяных вышек и АЭС, «умных» домов, роботов и панорам 360° в экспозиции наши место такие формы и форматы, как инсталляция «Какая бывает нефть», арт-инсталляции «Генератор Теслы», «Люминесценция», «Что под капотом автомобиля?», «Химическая формула запаха» и многое другое. Таким образом, посетителям демонстрируется жизнь большого и сложного организма – университета, корпорации, имеющей не только богатое прошлое, но и устремленной в будущее.

*Заключение.* Создание музейного проекта было бы невозможным без работы над пространством дизайнеров и архитекторов, перед которыми стояла сложная задача: превратить пустующее 4-этажное здание научно-технической библиотеки вуза постройки начала 2000-х гг. в креативную среду, переустроив читальные залы и медиацентр в музейно-выставочную зону, при этом сохранив библиотеку, но в новом формате – с функциями коворкинга.

Таким образом, появление подобных гуманитарных центров в пространстве технического вуза делает его полноценным университетом с ясными целевыми ориентирами, в культурной среде которого развивается личность – тот самый «хороший человек» [4]. Рассмотренный в статье проект интерактивного музея науки, в разработке которой принимали участие несколько поколений, умеющие увлекать и привлекать к активному участию молодежь, бесспорно, расширили влияние университетских гуманитарных пространств, как на членов корпорации, так и на внешнюю аудиторию. Гуманитарные проекты и гуманитарные пространства университета являются стратегическим ресурсом вуза. В университете, как и любой другой корпорации, формируется своя особенная внутренняя атмосфера – уникальная гуманитарная среда, или гомосфера, которая, с одной стороны, обусловлена историческими условиями его деятельности, а с другой – социокультурными модусами. В их ряду – университетский музей,

который сегодня выступает в роли универсальной коммуникационной площадки вуза для трансляции во внешнюю среду корпоративной культуры университета, закрепляя за ним статус интеллектуального флагмана, актуализирующего новые тенденции, задающего новые импульсы к движению и тренды развития города, региона и страны.

1. Беззубова О.В. Музей как инстанция художественного, научного и идеологического дискурсов: автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб., 2003: <https://dlib.rsl.ru/01002619967>
2. Богуславский М.В. Стратегии модернизации российского образования в начале XX века // Вестник Брянского государственного университета. 2015. №2. С. 27–33.
3. Бурлина Е., Наумова О. Гуманитарные пространства университета: цивилизационные, национальные и региональные аспекты: монография. Самара, Изд-во СамНЦ РАН, 2017. 210 с.
4. Екатерина Шулман: Современная молодежь – самое правильное из всех поколений, какие только можно себе представить // Православие и мир: <http://www.pravmir.ru/ekaterina-shulman-sovremennaya-molodezh-samoe-pravilnoe-iz-vseh-pokoleniy-kakie-tolko-mozhno-sebe-predstavit>
5. Курятников В.Н. История СамГТУ от эпохи правления Николая II до XXI века. 2-е, изд. доп. и перераб. Самара, ООО «БМВ и К», 2014. 368 с.
6. Лихачев Д.С. Гомосфера – термин наших дней // Огонек. 1984. №36. С. 17–19.
7. Мастеница Е.Н. Миссия музея в ракурсе межкультурной коммуникации // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2010. Т. 190. С. 256–262.
8. Мастеница Е.Н. Современный музей в ракурсе корпоративной культуры // Вестник СПбГУКИ. 2012. №3 (12), сентябрь. С. 117–123.
9. Саллуа Ж. Проект культурной деятельности музея // Информационный бюллетень. М., ИКОМ. 1995. №1. С. 22–30.
10. Шляхтина Л.М., Мастеница Е.Н. Проективная модель музея XXI в.: управление процессом коммуникации // Музей – зритель: XXI в.: материалы конф. к 80-летию науч.-просвет. отд. Эрмитажа / науч. ред. О.Г. Махо. СПб., Изд-во Гос. Эрмитажа, 2006. С. 24–30.
11. McLuhan M., Fiore Q. The medium is the message. New York: Touchstone, 1967.

## MUSEUM OF THE HIGHER EDUCATION AS A FORM OF THE UNIVERSITY GOMOSPHERE: EXPERIENCE OF THE CREATION OF THE HUMANITARIAN PROJECT IN THE TECHNICAL UNIVERSITY

© 2018 O.S. Naumova

*Olga S. Naumova, Candidate of Philology, associate Professor of Department of Philosophy. E-mail: [naumovaos@mail.ru](mailto:naumovaos@mail.ru)*

Samara State Technical University. Samara, Russia

The article presents a fundamentally new approach to the study of the university as a sociocultural phenomenon through humanitarian forms, namely: the university museum. *Conclusion:* possessing phenomenal opportunities associated with the socialization and consolidation of students and teachers, humanitarization of space in the local and global dimensions, the university is a multidimensional humanitarian space, where a huge number of actions, aspirations and images expressed in various forms intersect. The homosphere of the university, on the one hand, is conditioned by the historical conditions of its activity, and on the other – by the sociocultural modi. The diverse university environment, due to cultural, ethnic, social and other contexts, is unique, but it also represents a whole problem for effective communication. The university museum is one of the centers of discourse, designed, on the one hand, to store and transmit the sociocultural experience accumulated by the university in the entire history of its existence, and on the other, they are needed to understand the values of the past and the meanings of the present. Along with other humanitarian projects of the university, today the museum is a strategic resource of the university, acts as a universal communication platform for broadcasting the university's corporate culture to the external environment, securing the status of an intellectual flagship that actualizes new trends, sets new impulses for movement and trends in the development of a city, region and countries.

*Key words:* university homosphere, humanitarian space, university museum, "geniuses of place", socio-cultural institute.

1. Bezzubova O.V. Muzey kak instantsiya khudozhestvennogo, nauchnogo i ideologicheskogo diskursov: avtoref. dis. ... kand. filoz. nauk (Museum as an instance of artistic, scientific and ideological discourses: author. dis. ... cand. Philosophy sciences). SPb., 2003: <https://dlib.rsl.ru/01002619967>

2. Boguslavskiy M.V. Strategii modernizatsii rossiyskogo obrazovaniya v nachale XX veka (Strategies for the modernization of Russian education in the early twentieth century). *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2015. №2. S. 27–33.
3. Burlina Ye., Naumova O. Gumanitarnyye prostranstva universiteta: tsivilizatsionnyye, natsional'nyye i regional'nyye aspekty (Humanitarian spaces of the university: civilizational, national and regional aspects): monografiya. Samara, Izd-vo SamNTS RAN, 2017. 210 s.
4. Yekaterina Shul'man : Sovremennaya molodezh' – samoye pravil'noye iz vsekh pokoleniy, kakiye tol'ko mozjno sebe predstavit' (Modern youth is the most correct of all generations that you can imagine). *Pravoslaviye i mir* : <http://www.pravmir.ru/ekaterina-shulman-sovremennaya-molodezh-samoe-pravilnoe-iz-vseh-pokoleniy-kakie-tolko-mozhno-sebe-predstavit>
5. Kuryatnikov V.N. Istoriya SamGTU ot epokhi pravleniya Nikolaya II do XXI veka (The history of SamGTU from the era of the reign of Nicholas II to the XXI century). 2-ye, Izd., dop., pererab.. Samara, OOO «BMV i K», 2014. 368 s.
6. Likhachev D.S. Gomosfera – termin nashikh dney (Homosphere – the term of our days). *Ogonek*. 1984. №36. S. 17–19.
7. Mastenitsa Ye.N. Missiya muzeya v rakurse mezhkul'turnoy kommunikatsii (The mission of the museum from the perspective of intercultural communication). *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*. 2010. T. 190. S. 256–262.
8. Mastenitsa Ye.N. Sovremennyy muzey v rakurse korporativnoy kul'tury (Contemporary Museum from the perspective of corporate culture). *Vestnik SPbGUKI*. 2012. №3 (12), sentyabr'. S. 117–123.
9. Sallua ZH. Projekt kul'turnoy deyatel'nosti muzeya (The project of the cultural activities of the museum). *Informatsionnyy byulleten'*. M., IKOM. 1995. №1. S. 22–30.
10. Shlyakhtina L.M., Mastenitsa Ye.N. Proyektivnaya model' muzeya XXI v.: upravleniye protsessom kommunikatsii (The projective model of the museum of the XXI century. : managing the communication process) *Muzey – zritel' : XXI v.: materialy konf. k 80-letiyu nauch.-prosvet. otd. Ermitazha / nauch. red. O.G. Makho*. SPb., Izd-vo Gos. Ermitazha, 2006. S. 24–30.
11. McLuhan M., Fiore Q. The medium is the message. New York: Touchstone, 1967.