**Требования к оформлению статьи**

**Требования к тексту публикации**. Текст предоставляемой статьи должен быть оригинальным (ранее не публиковавшимся в сети Интернет, в печатных и электронных СМИ и сборниках). Не принимаются статьи, представляющие собой параграфы или главы из уже опубликованных авторских монографий и диссертаций. Текст должен быть выдержан в жанре научной статьи.

**Гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, интервал – 1.5**. В тексте не должно быть лишних пробелов и абзацев.

Все цитаты в тексте статьи должны иметь ссылку на библиографическое описание источника, оформленное строго по **ГОСТ Р 7.0.5.–2008. Библиографическая ссылка: общие требования и правила составления** с учетом требований **ГОСТ Р 7.0.12–2011. Библиографическая запись: сокращение слов и словосочетаний на русском языке**. Достоверность всех количественных характеристик, статистических данных и т. п. должна быть подтверждена примечанием с указанием источника. Все примечания (ссылки), содержащие библиографическое описание, должны быть оформлены по указанным выше стандартам.

**Требования к оформлению файла статьи.** Текстовый файл должен содержать:

сведения об авторе на двух языках (с указанием основного места работы, которое будет отображено в РИНЦ); обязательно электронный адрес

инициалы, фамилия автора название статьи

текст аннотации ключевые слова

имя, фамилия автора на английском языке

название статьи на английском языке текст аннотации на английском языке ключевые слова на английском языке текст статьи

**Требования к аннотации**. Текст аннотации – не более 400 знаков. Аннотация должна быть написана от третьего лица. Текст должен отражать основные проблемы, затронутые автором в статье. Акцент должен быть сделан на новизне исследования, оригинальности источников, неординарности подхода к теме и т. п. Не рекомендуется начинать текст аннотации словами «В статье…» и т. п. Следует избегать в тексте аннотации словосочетаний типа «автор считает…» и т. п. (см. **ГОСТ 7.9–95. Реферат и аннотация: общие требования**)

**Сведения об авторе должны содержать:**

фамилия имя отчество

почетные звания, ученая степень, ученое звание должность на основном месте работы

электронный адрес – обязательно (если нет своего, то адрес места работы или членов семьи)

контактный телефон (рабочий, домашний, мобильный) почтовый индекс, почтовый адрес (для иногородних авторов)

Личная информация: день месяц год рождения в формате 12.12.2012, паспорт кем выдан, когда выдан, почтовый индекс и почтовый адрес регистрации (для оформления договора)

**Требования к информации на английском языке.** На английский язык должны быть переведены:

название статьи

аннотация

ключевые слова

ученая степень,

ученое звание,

почетные звания,

должность по основному месту работы

фамилия, имя, отчество автора статьи должны быть транслитерированы по правилам УФМС РФ.

Вся информация присылается **одним файлом** со статьей в форматах \*.rtf, \*.doc, \*.docx и подобных. Файл может содержать **только таблицы**. В тексте статьи **не должно быть никакого иллюстративного материала** (графики, рисунки, иллюстрации, диаграммы и др.). Название файла должно содержать фамилию автора статьи.

**Рецензия на статью не требуется.**

**Все услуги по рецензированию и публикации бесплатные.**

**Образец оформления статьи**

**УДК …**

**Иванов Григорий Николаевич**, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории и истории культуры Санкт-Петербургского государственного института культуры.

Российская Федерация, Санкт-Петербург.

ikon.08@inbox.ru

+7 (812) 318-97-70

## Г.Н. Иванов

### Аксиология культурных индустрий

*Аннотация*: В статье поднимается вопрос о специфике аксиологической нагрузки в деятельности культурных индустрий. Указывается, что аксиосфера массовой культуры носит сложный характер и программируется в том числе посредством культурных индустрий…

*Ключевые слова*: ценности культуры, культурные индустрии, общество потребления…

***G.N. Ivanov***

**Axiology of cultural industries**

*Annotation*: The article raises the question of the specifics of the axiological load in the activities of cultural industries. It is indicated that the axiosphere of mass culture is complex and is programmed, including through cultural industries…

*Keywords*: cultural values, cultural industries, consumer society…

В социгуманитарных науках и в публицистических текстахвесьмараспространен тезис, согласно которому культурные индустрии предстают как нечто исключительно привлекательное, творчески заряженное. При этом речь, как правило, идет не о содержании, не об их ценностном наполнении, а исключительно о механике, машинерии культурных индустрий. Данная сфера предстает как нечто априори позитивное.

Между тем анализ деятельности многих культурных индустрий показывает их явную неоднородность по части ценностно-смысловых аспектов, по части того, какое влияние они оказывают на сознание и поведение людей. Диапазон этих влияний может быть весьма широк – от безусловно положительных до крайне сомнительных. В свете указанных обстоятельств культурные индустрии предстают лишь инструментом, который может транслировать самые разные смыслы и установки.

Пример оформления сноски «…….»[[1]](#footnote-1).

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Белый А. Символизм как миропонимание / А. Белый; Сост., вступ. ст. и прим. Л. А. Сугай. – Москва: Республика, 1994. – 528 с.
2. Тарасов О. Икона в русском авангарде 1910-1920 гг. / О. Тарасов // Искусство. – 1992. – № 1. – С. 49-53.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. с англ. А. Константинова. – Москва: Классика-XXI, 2007. – 421 с.
1. Белый А. Символизм как миропонимание / Сост., вступ. ст. и прим. Л.А. Сугай. М., 1994. С. 100. [↑](#footnote-ref-1)