

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет имени дважды героя
Советского Союза летчика-космонавта А.А. Леонова»

РУССКИЙ КОСМИЗМ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Место и роль науки и технологий в решении глобальных проблем современности

**Сборник трудов по материалам
VII Всероссийской научно-практической
конференции, 22 декабря 2022 г.**

*Под редакцией
доктора социологических наук, профессора
Т.Ю. Кирилиной*

RU
Science
RU-SCIENCE.COM

Москва
2023

УДК 111
ББК 87+87.2
P98

Рецензенты:

- Т.Л. Шестова**, профессор кафедры глобалистики, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», д-р филос. наук, доц.,
Е.В. Когтева, доцент кафедры иностранных языков, ГБОУ ВО МО «Технологический университет», канд. социол. наук

Ответственный редактор:

- Т.Ю. Кирилина**, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин, ГБОУ ВО МО «Технологический университет», д-р социол. наук, проф.

Русский космизм: история и современность. Место и роль науки и технологий в решении глобальных проблем современности : сборник трудов по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции (22 декабря 2022 г.): сборник статей / кол. авторов; под ред. В.И. Цыганова. — Москва: РУСАЙНС, 2023. — 292 с.

ISBN 978-5-466-03132-4

Сборник трудов по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции «Русский космизм: история и современность. Место и роль науки и технологий в решении глобальных проблем современности», проведенной в ГБОУ ВО МО «Технологический университет» 22 декабря 2022 года по инициативе кафедры гуманитарных и социальных дисциплин.

Сборник рассчитан на преподавателей, аспирантов, студенческую молодежь и всех, интересующихся идеями русского космизма.

Ключевые слова: русский космизм; космисты; освоение космоса; космическое единство; космополитическое мышление; глобализация.

УДК 111
ББК 87+87.2

ISBN 978-5-466-03132-4

© Коллектив авторов, 2023
© ООО «РУСАЙНС», 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Коллектив авторов	7
Введение	13
СЕКЦИЯ 1. ПРОБЛЕМА ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА В ФИЛОСОФИИ РУССКИХ КОСМИСТОВ	15
<i>Лебеденко А.А.</i> ПОДВИГ ГЕРОЯ ДУХА ЗЕМЛИ РУССКОЙ	15
<i>Фролов В.В.</i> ДУХОВНЫЕ ОТКРОВЕНИЯ П. А. ФЛОРЕНСКОГО О СМЫСЛЕ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА	22
<i>Кирилина Т.Ю., Панявин А.В.</i> НИКОЛАЙ ФЁДОРОВИЧ ФЁДОРОВ – РОДОНАЧАЛЬНИК РУССКОГО КОСМИЗМА	37
<i>Ефимова А.О.</i> ФИЛОСОФИЯ РУССКОГО КОСМИЗМА И ТРАНСГУМАНИЗМА. ПРОБЛЕМА ТРАНСГУМАНИЗМА	43
<i>Гайдабрус Н.В.</i> НИКИТА НИКОЛАЕВИЧ МОИСЕЕВ: ИМПЕРАТИВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	49
<i>Насруллаева Э.Р., Филонова Д.С., Баикова Д.К.</i> ФИЛОСОФИЯ И «ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ» РИЧАРДА РОРТИ	57
<i>Николаев В.И.</i> ИДЕИ КОСМИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ГОРОД БОРОВСК КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ – ЦЕНТР РУССКОГО КОСМИЗМА	64
<i>Атрохин А.М.</i> ВАЛЕРИАН МУРАВЬЁВ И НИК ЛАНД: ОВЛАДЕТЬ СПИРАЛЬЮ ВРЕМЕНИ	70
<i>Скворцова О.В., Аренд О.Ю.</i> К ВОПРОСУ ОБ ИДЕЙНЫХ ИСТОКАХ КОНЦЕПЦИИ ТРАНСГУМАНИЗМА	76

<i>Скворцова О.В.</i>	
Н. В. ТИМОФЕЕВ-РЕСОВСКИЙ: ТЕРНИСТЫЙ ПУТЬ К ПОЗНАНИЮ БЫТИЯ	83

**СЕКЦИЯ 2. КУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ91**

<i>Ларионов А.Э., Новичков А.В.</i>	
ОБРАЗЫ НЕБА И НЕБЕСНЫХ СВЕТИЛ В СОВЕТСКОЙ ПЕСНЕ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ.....	91

<i>Лебедев О.В.</i>	
ЛИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ВОЗДЕЙСТВИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВРЕМЯ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ.....	97

<i>Ожерельева В.С.</i>	
УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	103

<i>Москвичева А.А., Исаева В.В.</i>	
ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	111

<i>Сильчева Л.В., Кузнецова О.И.</i>	
ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	117

<i>Серова Т.О.</i>	
РУССКАЯ ВОИНСКАЯ ПОВЕСТЬ (ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА).....	125

<i>Канищева А.С.</i>	
КУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	130

<i>Лапишинова К.В., Подольская А.А.</i>	
ДОВЕРИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИИ РОССИЙСКИХ СМИ	137

<i>Кирилина Е.А.</i>	
СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ГОРОДА КОРОЛЕВ	146

**СЕКЦИЯ 3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
В СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОМ ЗНАНИИ153**

Романов П.С.
ВОЗМОЖНОСТИ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРИЙНОГО
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА153

Федотова Т.В.
МЯГКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ165

Намазова А.Р., Игнатова А.С.
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ
В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ175

Сербает М.С.
КОНКУРИРОВАНИЕ МЕМОВ И ГЕНОВ181

Ткалич М.А.
КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПЕРТНОСТИ
В INFLUENCER МАРКЕТИНГЕ185

Бычкова О.А.
КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛЮДЕЙ
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ
НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ191

Жилин О.А.
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯЦИИ
В ПРОГРАММНОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ197

Гамоля Д.С.
ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ
МЕТАВСЕЛЕННОЙ В БИЗНЕСЕ206

Агиевская В.А.
ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ211

Никитина С.А.
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
PR-КАМПАНИИ216

Влайков Т.Р.
МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ221

<i>Сидорова А.А.</i>	РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	226
<i>Зутикова В.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КАМПАНИИ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ШОУ-БИЗНЕСА.....	231
<i>Хваткова А.А.</i>	ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТАЯ ПРОДУКЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ	235
<i>Коваленко И.А.</i>	ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ	241
<i>Уманская Е.Д.</i>	ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В РЕКЛАМЕ С ПОЗИЦИИ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ	247
<i>Тихомирова Ю.А.</i>	ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА КОМПАНИИ.....	255
<i>Кирюшина А.Г.</i>	РОЛЬ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА И РЕПУТАЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКЕ БРЕНДА	259
<i>Красикова Т.И.</i>	ЯВЛЕНИЕ ПОЛИСЕМИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭКОНОМИКА»).....	263
<i>Симонов Д.Д.</i>	НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ВИДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В ИТ-КОМПАНИЯХ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	269
<i>Киритив А.М.</i>	МОЛОДЕЖЬ В НАУКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	275
<i>Халилов О.Е.</i>	ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	280
<i>Костюк И.В.</i>	ИЗМЕНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА И МЕТОДАХ УПРАВЛЕНИЯ: ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ И ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ	285

КОЛЛЕКТИВ АВТОРОВ:

Лебеденко Анатолий Андреевич, кандидат философских наук, кандидат педагогических наук, доцент, заместитель руководителя Объединенного Научного Центра проблем космического мышления Международного Центра Рерихов.

Фролов Виктор Васильевич, доктор философских наук, профессор, заместитель председателя ученого совета Международного Центра Рерихов, председатель проблемной группы «Русский космизм» при Российском Философском Обществе.

Кирилина Татьяна Юрьевна, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Панявин Александр Владимирович, старший преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Ефимова Анастасия Олеговна, магистрант 1 курса направления подготовки «Прикладная информатика» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». *Научный руководитель: Гайдабрус Наталья Викторовна*, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Гайдабрус Наталья Викторовна, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Насруллаева Эльнара Руслановна, Башкова Дарья Константиновна, Филонова Дарья Сергеевна, студенты 2 курса направления подготовки «Таможенное дело» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». *Научный руководитель: Гусева Ирина Ивановна*, доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Николаев Владислав Игоревич, аспирант 3 года обучения направления подготовки «Экономика» ГБОУ ВО МО «Технологический университет».

Ашарина Мария Михайловна, студент ФГБОУ ВО «Московский архитектурный институт (государственная академия)».

Атрохин Андрей Михайлович, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Скворцова Ольга Витальевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Аренд Оксана Юрьевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Ларионов Алексей Эдиславович, кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Новичков Андрей Вячеславович, кандидат исторических наук, кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Лебедев Олег Владиславович, студент 1 курса направления подготовки «Экономическая безопасность» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Костыря Светлана Сергеевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Ожерельева Вера Сергеевна, аспирант 3 курса направления подготовки «Социологические науки», старший преподаватель кафедры иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Кирилина Татьяна Юрьевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Исаева Виктория Вадимовна, Москвичева Александра Андреевна, студенты 1 курса направления подготовки «Экономическая безопасность» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Костыря Светлана Сергеевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Сильчева Людмила Владимировна, кандидат технических наук, доцент, Техникум технологий и дизайна ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Кузнецова Ольга Игоревна, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин, начальник отдела методического обеспечения основных образовательных программ ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Серова Татьяна Олеговна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Канищева Анна Сергеевна, магистрант 1 курса направления подготовки «Управление качеством», ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Лапишинова Кира Викторовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Подольская Анна Александровна, приглашенный преподаватель кафедры общей социологии НИУ ВШЭ.

Кирилина Екатерина Андреевна, студент социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова.

Романов Петр Сергеевич, доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Федотова Татьяна Владимировна, аспирант 3 курса направления подготовки «Социологические науки», старший преподаватель кафедры иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Кирилина Татьяна Юрьевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет»

Намазова Аделина Равшановна, Игнатова Алёна Сергеевна, студенты 1 курса направления подготовки «Экономическая безопасность» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Костыря Светлана Сергеевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Сербяев Михаил Сергеевич, студент 2 курса направления подготовки «Информационные системы и технологии» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Гусева Ирина Ивановна**, доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Ткалич Мария Алексеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Бычкова Оксана Алексеевна, аспирант 2 курса направления подготовки «Социологические науки» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Лапишинова Кира Викторовна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Жилин Олег Александрович, студент 1 курса направления подготовки «Прикладная информатика» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Костыря Светлана Сергеевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Гамоля Данил Сергеевич, студент 4 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Агиевская Валерия Алексеевна, студент 2 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Никитина София Андреевна, студент 2 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Влайков Тимур Романович, студент 2 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Сидорова Анастасия Андреевна, студент 2 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Зутикова Виктория Алексеевна, студент 2 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Хваткова Анастасия Александровна, студент 4 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Лапишинова Кира Викторовна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Коваленко Иван Алексеевич, студент факультета информационных технологий и анализа больших данных Финансового университета при Правительстве РФ.

Уманская Елизавета Дмитриевна, студент 4 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Костыря Светлана Сергеевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Тихомирова Юлия Александровна, студент 4 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Кирилина Татьяна Юрьевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Кирюшина Алина Германовна, студент 4 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Ткалич Мария Алексеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Красикова Тамара Ивановна, кандидат филологических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Симонов Даниил Денисович, аспирант 1 курса направления подготовки «Социологические науки» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Кирилина Татьяна Юрьевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Киритив Алина Михайловна, аспирант 1 курса направления подготовки «Социологические науки» ГБОУ ВО МО «Технологической университет». **Научный руководитель: Кирилина Татьяна Юрьевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Халилов Олег Евгеньевич, преподаватель ККМТ, ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

Костюк Ирина Валерьевна, аспирант 1 курса направления подготовки «Социологические науки» ГБОУ ВО МО «Технологической университет».

ВВЕДЕНИЕ

Настоящий сборник продолжает серию публикаций материалов Всероссийской научно-практической конференции по вопросам русского космизма, космического мышления, космического мироздания, космического мировоззрения. В сборник включены статьи участников VII Всероссийской научно-практической конференции «Русский космизм: история и современность. Место и роль науки и технологий в решении глобальных проблем современности», проведенной в «Технологическом университете» Московской области имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова» в декабре 2022 года, по инициативе кафедры гуманитарных и социальных дисциплин.

«Технологический университет» располагается в крупнейшем Научограде РФ, космической столице России – г. Королеве. В Королеве находятся многие головные предприятия ракетно-космической промышленности, поэтому проблематика освоения космоса всегда была в центре внимания преподавателей, ученых, аспирантов и студентов «Технологического университета». Русский космизм во многом стал научной, духовной и технологической основой отечественного освоения космоса.

Русский космизм, характеризующийся сознанием единства космических и земных процессов, является одним из самых оригинальных философских течений конца XIX - начала XX веков. Отечественные ученые создали целостное учение о космической природе человека, неразрывном единстве человека, Земли и космоса, о безграничных возможностях человека в плане освоения космического пространства.

Космисты рассуждали о перспективах развития человечества, об объединении усилий всех людей в процессе освоения космического пространства. Именно русские космисты смогли впервые обосновать идею единения людей не на политических и идеологических причинах, а на нравственных и экологических принципах.

Философия космизма охватила весьма широкую область культуры конца XIX – начала XX века, однако сам термин «русский космизм» появился лишь в 60-е годы XX в., во время активного освоения космоса – именно тогда и началось массовое обращение к наследию К.Э. Циолковского, которое поддержали такие крупные учёные, как Владимир Иванович Вернадский и Александр Леонидович Чижевский.

Статьи в сборнике сгруппированы в три тематических блока, объединенных проблематикой и особенностями авторских подходов к исследованиям.

Участники конференции обсудили проблемы человека и общества в философии русских космистов; культурные изменения в условиях глобализации современные тенденции в социально-гуманитарном знании.

СЕКЦИЯ 1. ПРОБЛЕМА ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА В ФИЛОСОФИИ РУССКИХ КОСМИСТОВ

ПОДВИГ ГЕРОЯ ДУХА ЗЕМЛИ РУССКОЙ

Лебеде́нко А.А.,

кандидат философских наук, кандидат педагогических наук, доцент
Международный Центр Рерихов, Москва, Российская Федерация

Статья посвящена герою духа, Михаилу Павловичу Крошицкому, коренному севастопольтцу, художнику, директору картинной галереи, ставшего спасителем и ангелом-хранителем культурных сокровищ в лихие годы Великой отечественной войны. В летописи города-героя Севастополя два имени – музея и человека – и две истории, две линии жизни, две доблестные судьбы, сплавленные светлым подвигом человеческого духа во славу высокого искусства и во имя Родины, соединились навечно.

Ключевые слова: Родина, герой духа, ценности культуры, космизм, патриотизм.

THE DEED OF THE SPIRIT HERO OF THE RUSSIAN LAND

Lebedenko A.A.,

PhD, PhD {Pedagogy}, associate professor
The International Centre of the Roerichs, Moscow, the Russian Federation

The article is dedicated to the spirit hero Mikhail Pavlovich Kroshitsky, a native of Sevastopol, an artist, director of the Art gallery of Sevastopol. He became a savior and guardian angel of cultural treasures during the Great Patriotic War. In the history of the hero city of Sevastopol there are two names and two stories (of the museum and this person), two lifelines, two valiant fates, coalesced by the great feat of the human spirit for the sake of high art and the Motherland, that have been united forever.

Key words: Motherland, spirit hero, cultural treasures, cosmism, patriotism.

*К Сергию пришёл Святитель Алексей с вопросом – что делать?
Сергий ответил: "Помоги Земле Русской!"
Когда Сергия спросил крестьянин, что делать?
Он ответил: "Помоги Земле Русской!"
Когда Минин обратился к Сергию, тогда ему пришёл ответ:
"Помоги Земле Русской!" [2, с. 43]*

Космизм и патриотизм явления жизни вечные и для утверждения культуры духа фундаментальные. Патриотизм есть сердечное чувство любви к Родине, которое глубочайшим образом укоренено в суть человеческой природы и тому есть множество подтверждений, как с естественнонаучной точки зрения, так и с позиции этических основ. *«Космизм как мировоззренческая система и модель поведения, исходя из локального, местного и частного, двигает чувство и мысль к глобальному, универсальному, всеобщему и тем самым расширяет понятие патриотизма до планетарно-космического уровня. Каждый человек, с этой точки зрения, должен нести свою долю ответственности за благополучие человечества и планеты Земля как его единого планетно-космического дома, в котором каждая страна и нация, каждый житель занимают свою территорию. В таком понимании космизм можно рассматривать как планетарный и общечеловеческий патриотизм, способный стать духовно-психологическим фактором, объединяющим людей разных континентов, стран и народов»* [8, с. 358-359].

В эволюционном потоке сотрудничества, у человека, в процессе его осознания себя как единой части коллектива, в своё время появились новые понятия и мощные слова – *мы, народ, государство, Родина*, появилась память о земле предков, которые её защищали и сохраняли для потомков. Это коренное духовное чувство к своей Родине естественно связанное с коллективностью, общностью, соборностью, кооперацией, абсолютно противоположно индивидуализму и эгоизму, способных в любой момент в силу материального стимула, интереса или иных личных предпочтений и выгод, трансформироваться в нацизм, фашизм, расизм, социальное превосходство. Поэтому патриотизм – это не отвлеченное, абстрактно надуманное чувство, а эволюционная потребность духа самоорганизоваться и внутренне самовыразиться в природном высшем качестве национальной культуры, которым является любовь к своей Родине. Истинный, духовный российский патриотизм – это самоотверженная любовь к своей Отчизне, осмысленная помощь Родине, стремление содействовать её преобразению в новую страну, страну ду-

ховной культуры. Такое светлое стремление соответствует древнерусскому культурному коду нашего народа, поиску и прозорливому пониманию Святого Преподобного Сергия Радонежского, который всякий раз на вопрос соотечественников «что делать?» разновремененно, но всегда боговдохновенно отвечал: «Помоги Земле Русской!» Таким образом, для русского мира, истинный, природный патриотизм способен спасти ценою своей жизни материальные и духовные ценности народа, оздоровить своё государство и охранить его от тьмы ползучего невежества. Такой патриотизм всегда был, есть и будет в русской душе, с её многонациональными особенностями и российской версией тоски по духовной Родине, Граду Китежу.

Во все времена, о которых богато свидетельствует история нашего Отечества, герои духа, Иваны Сотысячные являли миру многочисленные подвиги и примеры беззаветного служения во благо любимой Родины. Наш народ, в сердце которого живёт мысль о подвиге, неуклонно следует по пути совершенствования, и, как во всех народах, крепких духом, русский мир прививает молодому поколению лучшие качества человечности на примерах жизни и деятельности подвижников и героев.

Считается, что подвижничество есть труд на общее благо и такое благое труженичество только тогда полезно, когда в основе его лежат бескорыстные и самоотверженные намерения. Глубоко понимая эволюционную роль героизма, рериховская философская система ценностей утверждает: *«Герой тот, кто действует самоотверженно, неуклонно, сознательно и тем, действуя во имя Общего Блага, приближает течение космической эволюции»* [7, § 147].

Коллективный героизм народа складывается из духовных ручейков многих подвигов его представителей, сплоченных единой патриотической идеей. О герое духа, скромном и самоотверженном труженике, об одном из многих служителей русской культуры и отечественного искусства, чьим подвижничеством и любовью к прекрасному они сохранялись и сохраняются донныне, мы сегодня с признательностью и гордостью говорим.

6 ноября 2022 года исполнилось 95 лет со дня создания Севастопольского художественного музея имени М.П. Крошицкого. В летописи города-героя два имени – музея и человека – и две истории, две жизни, две судьбы, навечно сплавленные в единую каплю бытия человеческим подвигом во славу вечности Искусства и во имя Родины.

Михаилу Павловичу Крошицкому (1894–1972), коренному севастопольцу, внуку героя Синопской виктории 1853 г. и первой обороны

Севастополя, сыну рабочего котельщика Морского завода, директору картинной галереи, судьбой было предопределено стать её спасителем и ангелом-хранителем.

Впервые мирные годы советской власти в Крыму борьба за создание севастопольской картинной галереи длилась в течение трех лет. В 1924 году резолюцией III Крымской конференции музейных работников и совместным постановлением совещания президиумов Севастопольского райкома ВКП(б) и Всекрымской конференции работников государственной охраны памятников искусства и старины (ОХРИС) было решено *«признать целесообразным открытие художественного музея в Севастополе»* [6, с. 178], и на том основании в Москву отправили обращение *«...к Центру с просьбой дать соответствующий музейный материал»* [3].

Галерею открыли в 1927 году в двухэтажном доме на ул. Фрунзе, 35, рядом с Домом просвещения [см.: 4, с. 121], где ныне располагаются Севастопольский художественный музей. Начальный художественный фонд сложился из полотен, привезённых в Севастополь из московского Центрального музейного фонда Главнауки и коллекции Ялтинского художественного музея, где были собраны западноевропейская живопись и графика, а также произведения декоративно-прикладного искусства.

6 ноября 1927 г. городская газета «Маяк коммуны» сообщила: *«Сегодня мы открываем холодильник, рабочий городок, картинную галерею <...>. Наконец, в картинной галерее вполне готов верхний этаж – залы с русской живописью. Нижний этаж, где будут храниться картины западных мастеров, откроется позднее. Сегодня это ценное приобретение Севастополя, это одно из крупнейших достижений Октября станет достоянием широчайших масс»* [5].

Экспозицию галереи составили произведения замечательных отечественных художников – И.К. Айвазовского, К.Ф. Богаевского, В.В. Верещагина, М.А. Волошина, Н.А. Касаткина, К.А. Коровина, И.Н. Крамского, А.И. Куинджи, И.И. Левитана, В.Д. Поленова, Н.К. Рериха (малоизвестная работа 1906 г. с расширенным названием «Городок (Мотив для ковра)»), В.А. Тропинина, И.И. Шишкина и многих других, к ним присоединились прекрасные образцы полотен XVI–XX веков из Италии, Франции, Голландии, Фландрии, Германии.

Началась Великая Отечественная война. Севастополь с первых же дней подвергался непрерывным варварским налётам фашистских стервятников. Понимая трагизм происходивших военных событий, Михаил Павлович на свой страх и риск, вопреки постановлениям о борьбе с *«панникёрами и враждебными элементами»*, уже в первые месяцы войны

ставит «неудобные» вопросы перед руководством города и Центра об эвакуации произведений искусств картинной галереи и Панорамы Обороны Севастополя работы выдающегося художника Ф.А. Рубо. Не находя сочувствия и поддержки от властей, директор, в нарушение постановления горисполкома закрывает галерею в сентябре 1941 года и начинает собственными усилиями спасать художественные фонды. Крошицкий лично снимал картины со стен, укладывал их в ящики, им самим же сколоченные, но из-за налётов гитлеровской авиации работу часто приходилось прерывать. Директор и сотрудники опасались за здание музея, но всё обошлось, лишь однажды взрывной волной выбило окна и двери. Наиболее важные экспонаты – сотни картин, гравюр и рисунков, десятки изделий из бронзы и фарфора, сотни книг – уложили в «сто с лишним больших» [1] ящиков, однако некоторую часть произведений искусства всё же пришлось оставить.

Крошицкий ходил по начальству, умолял, уговаривал, требовал. От *назойливого интеллигента* отмахивались, считая этот груз второстепенным. Так шли дни, недели; ожесточенные бои за Севастополь превратили их в сплошной ад.

Единственным и спасительным путём для галереи из Севастополя оставался только морской маршрут – все остальные дороги из города были перекрыты фашистами. Да и этот обнадёживающий морской поход был смертельно опасной войсковой операцией: фашистская авиация господствовала в воздухе, а поставленные ею в море мины и вражеские подводные лодки из глубин угрожали в любой момент прервать переход кораблей.

В конце октября 1941 года ящики с ценностями культуры удалось перевезти ночью в Южную бухту города в надежде на эвакуацию в тыл страны.

Осенью 1941 года из Севастополя уже массово вывозили женщин, детей, раненых, оборудование заводов, фабрик и другое ценное имущество. На причале скопилось бесчисленное количество грузов и материальных средств, посадки на плавсредства ожидали огромное количество подлежащих эвакуации раненых и гражданских, так что галерею Крошицкого пробиться было немислимо. Командование КЧФ определяя порядок эвакуации, дало указание Крошицкому постоянно находиться с грузом на причале, ожидая возможности погрузки. Более двух недель, впроголодь и один, Михаил Павлович неотлучно находился на причале, обеспечивая безопасность доверенного груза.

И вот в ночь на 12 ноября 1941 года с лидера эсминцев «Ташкент», на который только что закончилась погрузка раненых, поступила команда: *«Эй, кто тут из галереи? Пятнадцать минут на погрузку, и уходим! Быстро, быстро!»* [1]. Матросы бросились к ящикам и стали кидать их на палубу. И в этот самый момент налетели фашистские самолеты. О семье думать было некогда, тем более предупредить. Миноносец, *«отстреливаясь от самолётов противника, тотчас же снялся с якоря»* [1].

«Через двое с половиной суток при преследовании фашистскими самолётами корабль прибыл в порт Батуми» [1]. В батумском порту Михаил Павлович неотлучно охранял бесценный груз ещё 12 тяжёлых дней. С моря дул пронизывающий холодный ветер. Проливной дождь, сменяющийся мокрым снегом, доводил тело до околечения, но, преодолевая огромную усталость, Крошицкий добивался вагонов для своих духовных сокровищ. А впереди, директору ещё предстояло преодолеть 11 тысяч километров по железной дороге, испытать при этом тяжелейшие трудности и лишения, которые, не только закаляли его дух, но и укрепляли волю для дальнейших одолений.

Путь от Севастополя до Томска продолжался 386 дней – тридцать месяцев, за которые Михаил Павлович со своими картинами преодолел два моря – Чёрное и Каспийское, совершил 43 пересадки и перегрузки. Грузинская, Туркменская, Узбекская, Таджикская, Киргизская, Казахская республики и Алтайский край – таков маршрут директора картинной галереи. Трудности, с которыми пришлось столкнуться ему, казались непреодолимыми. Приходилось неделями дожидаться очередного поезда, сидеть с грудой ящиков под открытым небом, проливным дождем, вьюжным снегом или под палящим солнцем, когда нечем укрывать свой груз и укрыться самому. Он голодал, поскольку не получал зарплату и не имел продовольственных карточек. Терпел жестокие морозы, тяжело болел. Но более всего Михаил Павлович страдал за судьбу своей семьи, корил себя за то, что не смог вывезти её из Севастополя, считал себя виноватым в гибели родных: еще находясь в Тбилиси, Крошицкий получил извещение, что его семья погибла в Севастополе, а имущество сгорело.

Наконец, долгожданный Новосибирск! Но и там Крошицкого ждало разочарование: разместить галерею оказалось негде, так как туда уже было эвакуировано более двадцати музеев. Пришлось ехать дальше, в Томск, куда музейный вагон прибыл только утром 8 января 1943 года. Томск стал конечным пунктом, *«который дал согласие на приём и хранение Гос. художественного имущества Севастопольской галереи»* [1].

Крошицкого здесь встречали эвакуированные севастопольские художники, позже приехала его жена с дочерью Оксаной. Они рассказали гибели родных и близких. Оказалось, что в то время когда понесли ему на пристань еду, началась бомбежка и мама Михаила Павловича и сын погибли под развалинами разрушенного бомбой дома...

Затем потекли трудовые будни: разбор картин, реставрация тех из них, которые не выдержали путешествия. Как только Севастополь был освобожден, директор заторопился в обратный путь. Только через год после освобождения города, в июле 1945 года, галерея прибыла в Крым. Севастополь был полностью разрушен, поэтому произведения искусства разместили в здании Симферопольской картинной галереи, художественные ценности которой поглотила война. Лишь спустя 11 лет Крошицкому удалось вернуть галерею домой, в родное здание, но за это время директор сумел значительно её пополнить.

4 апреля 2022 года исполнилось 50 лет со дня ухода из жизни Михаила Павловича Крошицкого - советского живописца, музейного работника, педагога, члена Союза художников СССР, заслуженного деятеля искусств Украинской ССР, героя духа Земли Русской.

Вечная память и слава героям, которые действует самоотверженно, неуклонно, сознательно и этим осмысленным действием во имя Общего Блага, приближают светлое будущее любимой Родины.

Литература:

1. Архив Севастопольского художественного музея им. М.П. Крошицкого. Личное дело М.П. Крошицкого.
2. Ж. Сент-Илер. Криптограммы Востока. Москва, Международный Центр Рерихов, 1993. – 80 с.
3. КОГА. Р-460. оп. 1, ед. хр. 1301, л. 4.
4. Крым. Путеводитель. Симферополь, 1939.
5. Маяк Коммуны. Севастополь. № 258. 6 ноября 1927 г.
6. Севастополю – 200 лет. 1783–1983. Сборник документов и материалов / Сост. Г.И. Ванев, И.П. Кондранов, М.А. Коротков, Н.Н. Фомина. Киев, 1983.
7. Учение Живой Этики. Община (Рига). Москва, МЦР, 1994.
8. Хайрулин К.Х., Зайцева И.И. Патриотизм, космополитизм, космизм // «МЫ ЛЮБОВЬЮ РОДИНЫ БОГАТЫ!» (к 115-летию со дня рождения Ю.Н. Рериха): Материалы Междунар. науч.-обществ. конф. 2017. – М.: МЦР, 2020. – 416 с. (Рериховская научно-популярная библиотека). С. 348-361.

ДУХОВНЫЕ ОТКРОВЕНИЯ П. А. ФЛОРЕНСКОГО О СМЫСЛЕ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Фролов В. В.,

доктор философских наук, профессор,
заместитель председателя ученого совета Международного Центра
Рерихов, председатель проблемной группы «Русский космизм» при
Российском Философском Обществе, Москва, Российская Федерация

В статье рассматриваются основные вехи жизненного пути П.А.Флоренского; показывается, как этот мыслитель описывает духовный кризис человека; раскрывается, что Флоренский видит пути выхода из этого кризиса в достижении Истины через любовь и обретение веры в Бога; выявляется, что в пространстве веры стираются границы между верой и знанием и вера становится источником знания человека о мире и самом человеке; отмечается, что основные идеи Флоренского представляют собой обобщение его духовного опыта по обретению веры.

Ключевые слова: триницизм, Истина.

THE SPIRITUAL REVELATIONS OF P. A. FLORENSKY ABOUT THE MEANING OF HUMAN LIFE

Frolov V. V.,

Doctor of Philosophy, Professor,
Deputy Chairman of the Academic Council of the International Roerichs Center,
Chairman of the problem group "Russian Cosmism" at the Russian Philosophical
Society, Moscow, Russian Federation

The article examines the main milestones of P.A.Florensky's life path; shows how this thinker describes the spiritual crisis of a person; reveals that Florensky sees ways out of this crisis in achieving Truth through love and gaining faith in God; reveals that the boundaries between faith and knowledge are erased in the space of faith and faith becomes a source of human knowledge about the world and man himself; it is noted that Florensky's main ideas are a generalization of his spiritual experience in gaining faith.

Keywords: trinity, Truth.

*О, вещая душа моя!
О, сердце, полное тревоги,
О, как ты бьешься на пороге
Как бы двойного бытия!..
Так, ты – жилища двух миров,
Твой день болезненный и страстный,
Твой сон – пророчески неясный,
Как откровение духов...
Пушкой страдальческую грудь
Волнуют страсти роковые –
Душа готова, как Мария,
К ногам Христа навек прильнуть.
Ф.И. Тютчев*

«Флоренский – выдающееся и уникальное явление в истории отечественной, да, пожалуй, и мировой культуры. Фактически он сам был вочеловечившейся квинтэссенцией культуры, ее воплотившимся духом в период ее острейшего кризиса. Многие из того, что было создано средиземноморской культурой за последние 2,5-3 тысячи лет, с удивительной силой выражения было сконцентрировано в этой личности в некоей гармонической целостности».

В.В. Бычков

9 января 2022 года исполняется 140 лет со дня рождения Павла Александровича Флоренского – выдающегося философа, ученого, священника Русской православной церкви. Благодаря своему светоносному творчеству и подвижнической жизни, он навсегда останется в пространстве культуры личностью планетарного масштаба, принесшей человечеству неугасимый свет Божественной любви, неземной красоты и высшего знания.

Олицетворением этих вечных ценностей для Флоренского было понятие Истины, гранями которой, в его понимании, является живая вера в Божественное Троициство, вселенская Любовь и духовное совершенствование человека. О путях нахождения этих бесценных крупниц Истины, обретение которых, как считал Флоренский, является для человека смыслом жизни, он делится с читателями в своих работах и прежде всего в своем главном труде «Столп и утверждение Истины». Таким образом, понятие Истины в творчестве Флоренского имеет основополагающее значение, ибо объединяет всю духовную жизнь человека и делает ее осмысленной.

В творчестве мыслителя, источником которого в значительной степени стал его духовный опыт, выражен нравственный идеал совершенствования человека. Особенно это значимо для человека, начинающего свой жизненный путь. В этом плане молодым людям, которые ощущают потребность в духовных основах своей жизни, возможно, будет интересно ознакомиться с идеями Флоренского, ибо они напитаны энергетикой любви, красоты и духовности.

Неслучайно во многих письмах своим детям П.А. Флоренский дает советы, в которых обращается внимание на необходимость в их жизни высокой нравственности. Так, в одном письме он просит детей не искать власти, богатства и влияния, а в другом советует им не завидовать и предостерегает от осуждения старших.

Труды Флоренского, пример его духовного жизненного подвига являются нашим национальным достоянием. 2022 год юбилейный для П.А. Флоренского является заметной вехой на пути осмысления творчества этого выдающегося культурного деятеля, утверждающего в своем творчестве высокие идеалы любви, красоты, добра и знания.

Вехи жизни П.А. Флоренского

Павел Александрович Флоренский родился 9 января 1882 года (по старому стилю) возле местечка Евлах на западе современного Азербайджана. Его родословная по линии отца уходила своими истоками в русское духовенство, а мать происходила из знатного армяно-грузинского рода. Отец Флоренского был инженером, он строил железные дороги в Закавказье. Поэтому семье Флоренских приходилось часто переезжать с места на место. В детстве Павел Флоренский был очень любознательным мальчиком, много общался с природой.

Интерес к природе развился у Флоренского в любовь к естественным наукам. После окончания тифлисской гимназии он поступает на физико-математический факультет Московского университета. В университете Флоренский занимается не только науками физико-математического цикла, но и глубоко интересуется философией, историей религии, искусством, фольклором. Это приводит его к тому, что после окончания в 1904 году университета П. А. Флоренский отказывается от профессии математика и поступает учиться в Московскую Духовную академию, которая располагалась в Троице-Сергиевой Лавре. В годы учебы в Московской духовной академии в Сергиевом Посаде Флоренский создает большую часть своего главного философско-религиозного труда «Столп и утверждение Истины». После окончания академии в 1908 году он становится в ней преподавателем философии, а в 1911 году прини-

мает священство. Книга П.А. Флоренского «Столп и утверждение Истины» выходит в 1914 году. После ее публикации Флоренский становится известен. Его признают в философских и религиозных трудах.

Между тем после революции, в 1918 году, Московская Духовная академия закрывается, а в 1921 году в Сергиевом Посаде закрывается храм, где Флоренский несколько лет служил священником. С 1921 года П. А. Флоренский работает в Главэлектро, занимается научной и руководящей деятельностью. Надо заметить, что где бы Флоренский не работал, чем бы он в профессиональном плане не занимался, он все делал на уровне открытий в своей области. Проводя в Главэлектро научные исследования, П.А. Флоренский в 1924 году выпускает большую монографию о диэлектриках. В эти же годы он занимается искусствоведением, музейным делом.

Однако в 1928 г. Флоренского ссылают в Нижний Новгород, и в том же году, благодаря помощи Е.П. Пешковой, его возвращают из ссылки. Несмотря на это в начале 30-х гг. против Флоренского в печати начинается кампания. В 1933 г. его арестовывают и через пять месяцев осуждают на 10 лет заключения. Первый год из этого срока – он на Дальнем Востоке, в Бамлаге. Но даже здесь Флоренский не оставляет научных занятий и занимается на опытной станции в пос. Сковородино исследованием вечной мерзлоты. В 1934 году его семье позволили с ним встретиться, и сразу же после этой встречи Флоренского переводят в Соловецкий лагерь. Здесь он находится до конца ноября 1937 года. 25 ноября состоялся суд, который приговорил П. А. Флоренского к высшей мере наказания, а 8 декабря 1937 года он был расстрелян.

«... Из глуби души подымается нестерпимая потребность опереть себя на «Столп и Утверждение Истины»

Творчество П.А. Флоренского многогранно, ибо представляет результат его деятельности как философа, ученого и священника. Эти качества Флоренскому удавалось в себе органично сочетать. Это проявлялось в том, что он обладал универсальным и синтетическим мышлением. Такая особенность мышления позволяла Флоренскому видеть мир и человека как единое целое. Также ему была присуща способность интуитивного постижения смысла вещей. Все это проявилось в разработке и применении им нового подхода к познанию Истины, грани которой, по его мнению, открываются человеку в пространстве живой веры в Бога. Такие качества его личности наложили своеобразный отпечаток на все творчество и всю жизнь философа.

Флоренский оставил нам уникальные философские труды, плодотворно занимался научными исследованиями и был известен как свя-

щенник. Библиография его работ огромна. В то же время главным философским трудом П.А. Флоренского является «Столп и утверждение Истины». Эта работа издана отдельно в приложении к журналу «Вопросы философии» издательством «Правда» в 1990 г. Замысел этой книги состоит в том, чтобы показать человеку путь обретения истины. Для Флоренского истина – это живая вера, Бог. Поэтому путь человека к истине, по его мнению, состоит в обретении веры в Бога. Во введении к «Столпу» его автор отмечает: «... Чтобы стать православным, надо окунуться разом в самую стихию православия, зажечь православно, – и нет иного пути» [2, с. 8]. Философ считает, что земной мир впал в грех, и человек каждую минуту своей жизни чувствует свою греховность. «Снова и снова, с неизгладимой четкостью проступают в сознании все грехи, все «мелкие» низости. Все глубже, как огненными письменами вжигаются в душу те «мелкие» невнимательности, эгоизм и бессердечие, понемногу калечившие душу. «Все кружится, все скользит в мертвенную бездну», – пишет Флоренский [2, с. 11]. Мир греховен, греховен человек. Но как же быть, как жить человеку в таком мире? Нужно искупить грех. Для этого человек должен приложить титанические усилия. Прежде всего, считает Флоренский, человеку нужен свободный подвиг души. Как решиться на этот подвиг? Что может помочь человеку искупить грех и тем самым преодолеть смерть, забвение?

Когда все скользит в мертвенную бездну, П.А. Флоренский чувствует в своей душе потребность опереться на незыблемые духовные основания, опереться на «Столп», или Истину. «А из глуби души, – отмечает русский философ, – подымается нестерпимая потребность опереть себя на «Столп и Утверждение Истины», ... – не одной из истин, не частной и дробящейся истины человеческой, мятущейся и развеваемой, как прах, гонимый на горах дыханием ветра, но Истины все-целостной и вековечной, – Истины единой и Божественной, светлой-пресветлой Истины, – Той «Правды», которая, по слову древнего поэта есть «солнце миру» [2, с. 12].

Что такое Столп, на который человеку необходимо, по мнению философа, опереть себя? Что такое Истина? Где человек может ее отыскать? «Но полнота всего – в Иисусе Христе, и потому ведение можно получить лишь через Него и от Него. Все человеческие усилия познания, измучившие бедных мудрецов, тщетны. Как нескладные верблюды, нагружены они своими познаниями и, как соленая вода, наука только разжигает жажду знаний, никогда не успокаивая воспаленного ума. Но «благостное иго» Господне и «легкое бремя» Его дают ему то, чего не

дает и не может дать жесткое иго и тяжкое, неудобноносное бремя науки» [2 с.13].

«Живой Ответ стоял перед ним, но Пилат не видел в Истине ее истинности».

Человечество, по мнению П.А. Флоренского, в свое время оказалось неспособным встать на путь обретения истины. «Что есть истина?» – вопрошал Пилат у Истины. Он не получил ответа, – пишет Флоренский, – потому не получил, что вопрос его был всеу. Живой Ответ стоял перед ним, но Пилат не видел в Истине ее истинности. Предположим, что Господь не только своим вопившим молчанием, но и тихими словами ответил бы Римскому Прокуратору: «Я есмь Истина». Но и тогда, опять-таки, вопрошавший остался бы без ответа, потому что не умел признать Истину за истину, не мог убедиться в подлинности ее». [2, с.23]. Итак, уже на первых страницах своей книги Флоренский ставит вопрос о познании Истины.

В философии XX-го века понятие истины в отличие от классического представления о ней как соответствия знаний действительности подверглось существенной трансформации. «Широкое распространение получили релятивистские интерпретации содержания научного познания, - пишет сотрудник Института философии РАН Е.Л. Черткова, - предпринимаются попытки исключить само упоминание об истине из методологического дискурса и даже слово «познание» заменяется на «интеллектуальные практики». Критика истины идет по всем направлениям: как пережиток традиционной философии, как избыточное и потому ненужное понятие методологии и даже как основа идеологии авторитаризма» [7, с. 47]. В то же время вопрос о достижении истинного знания о мире не только не снимается с повестки исторического развития человечества, а становится еще более актуальным, ибо человек не может обойтись без истинного знания. «... Без такого знания, - отмечает известный философ, академик РАН В.А. Лекторский, - человеческая жизнь оказывается невозможной: не только в смысле физического выживания. Дело в том, что человек, не превратившийся еще в «пост-человека», может жить только в понимаемом мире. Жажда знания неотделима от его творческой самореализации» [1, с. 21]. Как мы видим, проблема истины рассматривается не только в истории русской философии. Она актуальна во все времена и затрагивает интересы многих людей. Поэтому, если мы хотим сознательно относиться к своей жизни и находить пути к лучшему будущему, нам надо знать, как устроен мир, что такое человек и каковы перспективы развития человечества. Для понимания этих непростых проблем нужно быть не только в курсе современных концепций

истины, но и ориентироваться в философских учениях и, в частности, в трудах наших выдающихся философов. Одним из них является П.А.Флоренский. Обращаясь к его идеям, надо подчеркнуть, что этот мыслитель внес значительный вклад в отстаивание и разработку понятия истины, отражающего стремление человека добывать истинное знание о мире и самом себе как его части. Этот мыслитель, разбирая вопрос о достоверности истины, много внимания уделяет способам обоснования ее критерия. Однако рациональное обоснование истины, присущее западным философам, Флоренского не удовлетворяет. Проблема, однако, поставлена и требует решения. «Истины нет у меня, но идея о ней жжет меня» [2, с. 38]. Как П.А. Флоренский понимает истину и как описывает путь к истине, который, как он считает, должен проделать человек, стремящийся обрести ее? Для ответа на этот вопрос русский философ входит в пространство веры.

Истина открывается человеку в подвиге и живой вере

«Истина, – пишет П.А. Флоренский, – созерцание Себя через Другого в Третьем: Отец, Сын, Дух ... Субъект истины есть отношение трех. ... Следовательно, Истина есть единая сущность о трех ипостасях» [1, с. 48-49]. Необходимым условием ее обретения человеком является отрешение разума от своей ограниченности в пределах рассудка. «Тут-то и требуется свободный подвиг. Свободный: ибо разум может делать усилие и подняться к лучшему, а может и не делать его, оставаясь при том конечном, условном и «хорошем», что он уже имеет. Подвиг: ибо нужно усилие, напряжение, самоотречение, сбрасывание с себя «ветхого адама», а в это время все данное, – «естественное», конечное, знакомое, условное, – тянет к себе. Нужно самоопределение, нужна вера» [2, с. 60].

У Флоренского можно выделить, условно, конечно, три ступени восхождения к вере. Первая ступень – волевая победа над колебаниями, удерживающими от пленения рассудка. «Верю вопреки стомам рассудка, верю именно потому, что в самой враждебности рассудка к вере моей усматриваю залог чего-то нового, чего-то неслыханного и высшего. Я не спущусь в низины рассудка, какими бы страхами он не запугивал меня» [2, с. 61]. Вторая ступень характеризуется тем, что человек знает, потому что верит. Иными словами, вера является источником высшего разумения, источником Истины. На этой ступени человек стремится найти исходные посылки истины не рационально, а делает это через веру.

И наконец, третья ступень, на пути, ведущем к вере, состоит в том, что человек не только верит, но и знает. На этом – последнем, высшем –

этапе следования человека к истине граница знания, веры и Истины сливаются. Для иллюстрации этих положений приведем слова самого Флоренского, которые раскрывают состояние человека, проходящего путь обретения веры. «Идти и не идти, искать и не искать, надеяться и отчаиваться, бояться истратить последние силы и, из-за этой боязни, тратить их вдесятеро, бегая взад и вперед. Где выход? Где прибежище? К кому, к чему кинуться за помощью? «Господи, Господи, если Ты существуешь, помоги безумной душе, Сам приди, Сам приведи меня к Себе! Хочу ли я, или не хочу, спаси меня. Как можешь и как знаешь, дай мне увидеть Тебя. Силою и страданиями привлеки меня!» [2, с.67]. «В этом возгласе предельного отчаяния – начало новой стадии философствования, – начало живой веры. Я не знаю, есть ли истина, или нет ее. Но я всем нутром ощущаю, что не могу без нее. И я знаю, что если она есть, то она – все для меня и разум, и добро, и сила, и жизнь, и счастье. Может быть, нет ее; но я люблю ее, люблю больше, нежели все существующее. К ней я уже отношусь, как к существующей и ее, – быть может, не существующую, – люблю всею душою моею и всем помышлением моим. Для нее я отказываюсь от всего, – даже от своих вопросов и от своего сомнения». [2, с.68].

Эти слова по своему глубинному смыслу являются духовными откровениями автора «Столпа» и, как можно предположить, раскрывают опыт мучительных исканий самого Флоренского по выявлению духовной опоры своей жизни. Понимая, что мое суждение огрубляет существо дела, тем не менее я рискну высказаться об этом таким образом: путь к истине, раскрываемый философом, является описанием его личного духовного опыта. Он показывает, что эта духовная работа требует от человека напряжения всех нравственных сил. После того как человек обретает в своей душе Истину, то есть веру, он как бы переходит перевал от теоретического познания к практическому и встает на путь подвижничества, на путь любви к Истине, любви к людям.

Жизнь П.А. Флоренского сложилась трагически. Он, как и многие его соотечественники в то время, претерпел непомерные физические и нравственные страдания, которые были под стать его гениальности, проявлявшейся в его жизни и творчестве. Но в итоге Флоренский все вынес, все преодолел и остался верен России и своим взглядам на человека, природу и Космос. Духовные силы для несения своего «креста» он черпал в своем миропонимании, которое философ выразил в главном труде «Столп и утверждение Истины» (1914). Начало XX века, когда Флоренский создавал свой труд во время учебы и работы в Московской духов-

ной академии в Сергиевом Посаде, – время глубинного перелома в общественном устройстве и сознании людей. В годину великих испытаний было важно найти какой-то духовный стержень, дающий надежду на то, чтобы остаться человеком. Флоренский этот стержень находит в «Божественной, светло-пресветлой Истине». В этом контексте его «Столп» можно считать своего рода откликом на потребность времени. Рассматривая основные вехи пути к Истине, Флоренский отвергает ее рационалистическое обоснование, характерное для Западной философии, ибо оно не затрагивает внутреннего мира человека и является скорее формальным, бессодержательным, чем духовным, наполненным жизненным смыслом. Автор «Столпа» показывает, что, если Истина и может быть достигнута, то путь к ней усеян не розами, а требует огромного внутреннего напряжения всех духовных сил человека. Здесь нужен подвиг и живая вера в Высшее, Христа, человека – вера, которая знаменует начало новой стадии философствования, где границы знания и веры сливаются. Эта стадию философствования Флоренский видит в православии. В этом контексте приоткрывается вся глубина, красота и сияние высказывания мыслителя, которое мы находим в «Столпе»: «... Чтобы стать православным, надо окунуться разом в самую стихию православия, зажечь православно, – и нет иного пути» [2, с.8].

«В любви и только в любви мыслимо действительное познание Истины»

Флоренский считает, что познание истины есть реальное вхождение в недра Божественного Троиинства, ибо истина существует как единая сущность, но о трех ипостасях: Бог – Отец, Бог – Сын и Бог – Дух Святой. «Поэтому истинное познание, - познание Истины, - возможно только через пресуществление человека, через обожение его, через стяжение любви, как Божественной сущности: кто не с Богом, тот не знает Бога. В любви и только в любви мыслимо действительное познание Истины» [1, с.74]. Итак, Флоренский полагает, что стремление людей к истине, обретение ее через любовь к Богу и друг к другу объединяет людей. Неотторжимыми гранями Истины выступают Добро и Красота. Больше того, Истина проявляет себя через Добро и Красоту и существует как Добро и Красота. «Истина, Добро и Красота», - эта метафизическая триада есть не три разных начала, а одно. Это - одна и та же духовная жизнь, но под разными углами зрения рассматриваемая. Духовная жизнь, как из Я исходящая, в Я свое средоточие имеющая – есть Истина. Воспринимаемая как непосредственное действие другого – она есть Добро. Предметно же созерцаемая третьим, как во вне лучащаяся – Красота». [2, с.75]. Таким образом, эти три грани единосущной и нераздельной Троицы являют собой единый акт духовной жизни человека,

входящего в это Троиединство. Войти в это пространство можно только через любовь к Богу и любовь людей друг к другу. Поэтому «... не вошедший в жизнь Троицы, – отмечает Флоренский, – и любить-то не может, ибо самая любовь к брату есть некое проявление, как бы истечение Божественной силы, лучающейся от любящего Бога». [1, с.86]. Иными словами, человек может любить другого человека только, если он любит Бога. В сущности, любовь одного человека к другому человеку есть любовь самого Бога, ибо человек, любящий другого, уже входит в жизнь Троицы, обретает Истину, Добро и Красоту. «Каждое Я есть не-Я, т. е. Ты, в силу отказа от себя другого Я ради первого. Вместо отдельных, самоупорствующих Я получается двоица – двуединое существо, имеющее начало единства в Боге. ... Но, притом, каждое Я, как в зеркале, видит в образе Божьем другого Я свой образ Божий» [2, с.93].

Подождившая разговор о любви как пути познания Истины, Бога, П. А. Флоренский пишет: «Тут выпукло обрисовывается связь всех разбираемых нами идей. Господь Иисус – кроткий, тихий свет от святой славы бессмертного, значит, святого, и потому блаженного Отца Небесного. Но Он, это тихое Солнце миру, взошло на земле и затем закатилось, снова стало как не с нами. Мы видели свет этого закатного Солнца в нем, в свете этого Света «узрели свет» Присносущной Троицы. Поэтому и воспеваем теперь Ее, Отца, и Сына, и Святого Духа, - Бога». [2, с.97]. Как же осуществляется эта связь истинной, Божественной любви с любовью человека? Она реализуется через Духа Святого, его благодатью. «Дух Святой есть предмет и орган созерцания прекрасного» [1, с.99].

Однако далее Флоренский говорит, что в результате рассмотрения высказываний отцов церкви, он пришел к выводу, что никто из них никогда в явной форме, непосредственно не встречался с Духом Святым, никто, в сущности, не знает, что из себя конкретно, ликом своим представляет собой Дух Святой. По крайней мере, в письменных источниках таких свидетельств нет. Дух Святой когда-то, где-то проявлялся, через благодать свою, через свою божественную энергию, через свои благие деяния. Тем не менее и личная жизнь христианства, и жизнь Церкви «мало, смутно и тускло знает Духа Святого, как Лицо». [2, с.111]. Такие рассуждения приводят Флоренского к традиционной истории религии и религиозной философии. Именно в этих областях рассматривается идея о том, что Божественное откровение, Божественная любовь, Истина рациональными способами не достигаются, а подобно вдохновению, творчеству, свободе, подвигу, красоте лишь неявно чувствуются и изредка описываются.

Итак, по мнению Флоренского, постижение Истины, обретение веры, Бога возможно только через любовь людей друг к другу и через

любовь человека к Богу. Именно любовь позволяет людям обрести веру, Бога, т.е. обрести Истину, ибо у Флоренского вера, Бог, Добро, Красота – это и есть Истина с большой буквы.

«Там, на небе, – единая Истина: у нас – множество истин, осколков истины»

Бытие истины, как полагает Флоренский, рационально не выводится и научное познание здесь не помощник. Бытие истины лишь показуемо в опыте. Только опыт жизни открывает человеку его личность и его духовную свободу. Философии вынести истину не под силу. Истина, которая заложена в духе каждого человека, может открыться ему как абсолютная истина лишь в том случае, когда истинное знание человека соотносится с истиной с большой буквы, имеет в себе нечто от вечной Истины, выполняет роль символа вечности. «Там, на небе, – единая Истина: у нас – множество истин, осколков истины» [2, с.158]. Один из основных вопросов познания, говорит философ, состоит в том, чтобы эти осколки, части истины соответствовали Истине на небе.

Характерным признаком истины, которой в той или иной степени владеют люди, является ее противоречивость. У П. А. Флоренского эта идея получает своеобразное обоснование. Оно вытекает из его философской позиции. Он считает, что, с точки зрения религиозной догматики, антиномии, т. е. противоречия, неизбежны. Если есть грех, пишет русский философ, то «... все наше существо равно как и весь мир раздроблены» [2, с.159]. Это обстоятельство, полагает Флоренский, является аргументом в пользу того, что мир как бы покрыт трещинами, раздроблен. Поэтому и в науке по одному и тому же вопросу возможны и существуют различные, а зачастую и прямо противоположные суждения, теории. В этом и состоит противоречивость истины.

В то же время, следуя своему видению Истины и частной истины каждого человека, Флоренский отмечает, что источник противоречивости истины заложен в грехе. «Грех есть Беззаконие, есть извращение Закона, т.е. того Порядка, который дан твари Господом, того внутреннего Строя всего творения, которым живо оно, того Устроения недр твари, которое даровано ей Богом, той премудрости, в которой – смысл мира» [2, с.170]. Иными словами, грех для Флоренского – не просто нехороший поступок, а нарушение внутреннего устройства бытия, всего смысла мира. «Отрицание Бога всегда вело и ведет к безумию, ибо Бог и есть-то Корень ума». [2, с.173].

Источник греха коренится в самоутверждении личности, в противопоставлении ее Богу. Та же трактовка греха обнаруживается у В.С.

Соловьева и Н. А. Бердяева. Вообще говоря, такое понимание греха характерно для русской религиозной философии XIX–XX веков. «И лишь любовь, – как бы обобщая пишет Флоренский, – до известной степени, снова приводит личность в единство. ... Без любви личность ... рассыпается в дробность психологических элементов и моментов. Любовь Божия – связь личности». [2, с.173]. Каков же истинный путь преодоления греха? Это целомудрие. Но целомудрие Флоренским рассматривается не в обыденном, а в философском смысле. «И самое слово-то целомудрие, ... по своему этимологическому составу указывает на цельность, здравость, неповрежденность, единство и вообще нормальное состояние внутренней жизни, нераздробленность и крепость личности, свежесть духовных сил, духовную устроенность внутреннего человека». [2, с.180].

Осваивая содержание «Столпа», не нужно думать, что он посвящен только религиозной тематике. Хотя идеи православия изложены Флоренским блестяще. Размышляя над «Столпом» надо учитывать, что философу удалось привнести свое глубокое восприятие православия в пространство светской культуры и сделать свои прозрения достоянием философского разума. Именно об этом пишет С.С. Хоружий: «Важно еще сказать, что рассказ о Столпе и утверждении Истины далеко не ограничивается метафизикой. Обретенная церковность предстает автору как неисчерпаемый мир драгоценных сокровищ духа, и свою задачу он видит в том, чтобы раскрыть этот мир не только в его идейном строении, но и прямом, зримом его богатстве и красоте. Соответственно он выступает также как знаток и систематизатор православной духовности во всех ее областях: в «умном искусстве» аскетов, в житейских преданиях, иконописи, литургической поэзии ... Смелое введение всего этого изобилия в новейшую светскую культуру, в орбиту философского разума отозвалось почти как культурный шок. Книга стала событием, перешагнувшим философские рамки. Она поражала, притягивала и неотразимо убеждала в том, что опыт православия неотрывен от нашего наследства, что он действен и нужен, и его освоение – прямой долг русской мысли» [6, XV].

Итоги жизни и творчества П.А. Флоренского

Обозревая взором главные вехи жизни и миропонимание Флоренского, невольно проникаешься к этому мыслителю уважением, а его трагическая жизнь вызывает сердечное сочувствие. Идеи Флоренского пронизаны глубоким нравственным чувством. Философ знает, зачем человек живет, к чему он стремится и на что может надеяться. Главное для

него в мироощущении человека – это то, чтобы он «помнил Господа». Если посмотреть о каких сторонах духовной жизни человека пишет мыслитель в «Столпе» (два мира, Триединство, Свет Истины, грех, дружба, любовь и другое), то выходит, что от этого «главного» зависит все. В своем завещании, которое Флоренский составил с 1917 по 1923 год своим детям, он пишет: «Самое главное, о чем вообще прошу вас, – это, чтобы вы помнили Господа и ходили пред Ним. Этим я говорю все, что имею сказать. Остальное – либо подробности, либо второстепенное. Но этого не забывайте никогда» [5, с.738]. Флоренский в своей жизни всегда следовал этому принципу. К примеру, когда он работал в «Главэлектро», то на службу ходил исключительно в рясе – и это в 20-е годы в условиях диктата атеистической идеологии. Такое одеяние Флоренского никак нельзя считать позой. Оно выражало его внутреннее состояние, смысл которого заключался в том, что он всегда помнил Господа. Все другое для него было «второстепенным».

Однако, несмотря на внешне спокойное начало творческой жизни, в дальнейшем судьба Флоренского сложилась трагически и мученически. С 1928 по 1936 годы с небольшими перерывом он пребывал в Бамлаге, а основной срок из этих лет - на Соловках. Условия содержания были очень тяжелые. Самые тяжкие мучения Флоренский испытывал из-за того, что он был лишен возможности работать по тем научным направлениям, которые им были намечены и подготовлены в течение всей его жизни: «... Самое скверное в моей судьбе, – оценивает свое положение мыслитель, – разрыв работы и фактическое уничтожение опыта всей жизни, который теперь только созрел и мог бы дать подлинные плоды. <...> Если обществу не нужны плоды моей жизненной работы, то пусть и остается без них, это еще вопрос, кто больше наказан, я или общество, тем, что я не проявлю того, что мог бы проявить. Но мне жаль, что я вам не могу передать своего жизненного опыта» [4, с.172]. Между тем одна из особенностей эволюции человечества такова, что тьма выбивает в его истории самое лучшее и светлое, что могло бы пригодиться человечеству в его духовном развитии. В то же время, несмотря на тяжелейшие условия содержания в лагерях и безысходные перспективы своего существования, Флоренский отказался покинуть Россию. Это предложили сделать первый Президент Чехословакии Томаш Масарик и Е.П. Пешкова. Они информировали об этом жену Флоренского Анну Михайловну, которая ответила им, что Павел Александрович не покинет родину ни при каких обстоятельствах. В связи с этим один из русских философов С.Н. Булгаков пишет: «Можно сказать, что жизнь ему как бы предлагала выбор между Соловками и Парижем, и он избрал ... родину,

хотя то были и Соловки, он восхотел до конца разделить судьбу со своим народом. О. Павел органически не мог и не хотел стать эмигрантом в смысле вольного или невольного отрыва от родины, и сам он и судьба его есть слава и величие России, хотя вместе с тем и величайшее ее преступление» [5, с.400].

История в конце концов все расставляет по местам – Флоренского в 1959 г. реабилитировали. Только вот людей, которых кто-то поставил к стенке, уже не вернешь; и не вернешь те возможности, которые могли бы быть этими людьми реализованы на благо России в науке, философии, искусстве - во всех сферах жизни. Однако не все так грустно. Обратимся к документу. ««Постановление Президиума Архангельского областного суда от 5.03.59: «Постановление Особой Тройки УНКВД по Ленинградской области от 25 ноября 1937 года в отношении Флоренского Павла Александровича отменить и дело о нем производством прервать за отсутствием состава преступления»» [3, с.140].

Очевидно, что П.А. Флоренский попал в жернова репрессий за свое миропонимание, которое открывало людям путь к духовной свободе. Понятно, что власть ему этого простить не могла. Мало того, он это миропонимание сделал стержнем всей своей жизни, показав, что свободное творчество духа – это то, что составляет основу подлинного человеческого существования. В этом контексте Флоренский как личность и вся его подвижническая жизнь представляет не меньшую, а, может быть, даже большую ценность по сравнению с его вкладом в развитие науки и философии. Вот, что в связи с этим пишет С.Н. Булгаков: «Духовным же центром его личности, тем солнцем, которое освещало все его дары, было его священство <...> настоящее творчество о. Павла не суть даже книги <...> но он сам, вся его жизнь, которая ушла уже безвозвратно из этого века в будущий» [5, с.163].

Жизнь Флоренского была духовным подвигом. Сейчас не имеет смысла говорить о том, что потеряла Россия, лишив Флоренского жизни и возможности работать на благо Отечества. Ради чего этот выдающийся ученый, как и многие тысячи других людей, безвинно осужденных и ушедших от нас по решению троек НКВД, переносил все страдания и принял мученическую смерть? Казалось бы, кроме чувства глубокого сострадания смерть нашего великого соотечественника Павла Александровича Флоренского почитателям его творчества ничего больше не оставляет. Между тем, с болью в сердце переживая его безвременный уход, в том что произошло с П.А. Флоренским есть некое утешение. Оно состоит в том, что ничто на Земле не проходит бесследно, но все оставляет свои следы. Свой след оставил и Флоренский.

В какой форме? На этот вопрос отвечает сам философ в письме матери: «Все проходит, но все остается. Это мое самое заветное ощущение, что ничего не уходит совсем, ничего не пропадает, а где-то и как-то хранится. Ценность пребывает, хотя мы и перестаем воспринимать ее. И подвиги, хотя бы о них все забыли, пребывают как-то и дают свои плоды. ... Мне кажется, все люди, каких бы они не были убеждений, на самом деле, в глубине души, ощущают так же. Без этого жизнь стала бы бессмысленной и пустой» [8, с.742].

Литература:

1. Лекторский В.А. Что есть знание? / Знание как предмет эпистемологии [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии; Отв. Ред. В.А. Лекторский. М.: ИФ РАН, 2011.
2. Флоренский П. А. Столп и утверждение Истины. (I) М.: Издательство «Правда». 1990.
3. Флоренский П.А. Арест и гибель. Уфа, 1997.
4. Флоренский П.А. Сочинения в 4 т. Сост. и общ. ред. игумена Андроника (А.С. Трубачева), П.В. Флоренского, М.С. Трубачевой, Т.4, - М.: Мысль, 1994-2000.
5. Флоренский П.А.: Pro et contra. Спб., 1996. – С. 37.
6. Хоружий С.С. О философии священника Павла Флоренского // Флоренский П.А. Столп и утверждение Истины. Т.1(I). С. XV (предисловие).
7. Черткова Е.Л. Идеал – знание – истина / Знание как предмет эпистемологии [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии; Отв. Ред. В.А. Лекторский. М.: ИФ РАН, 2011.
8. Шапошникова Л.В. Вселенная Мастера Великое путешествие. Книга третья Вселенная Мастера. Международный Центр Рерихов. Мастер-Банк. М.: 2005.

НИКОЛАЙ ФЁДОРОВИЧ ФЁДОРОВ – РОДОНАЧАЛЬНИК РУССКОГО КОСМИЗМА

Кирилина Т.Ю.,

доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,

Панявин А.В.,

старший преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Настоящая статья посвящена анализу идей родоначальника русского космизма Николая Фёдоровича Фёдорова.

Авторы отмечают, что основные положения русского космизма были сформулированы Николаем Фёдоровичем Фёдоровым в его труде «Философия общего дела». Общее дело – это преодоление смерти, всеобщее воскрешение, творческое преобразование мира. Всех оживших, ныне живущих и будущие поколения необходимо где-то расселять. Мыслитель решает эту задачу с помощью освоения космоса.

В статье делается вывод, что философия Н. Фёдорова оказала сильное идейное влияние на творчество других представителей русского космизма, в том числе на таких выдающихся ученых-естествоиспытателей, как К.Э. Циолковский, В.И. Вернадский и А.Л. Чижевский. Творчество Циолковского во многом берет свое начало в работах Н.Ф. Фёдорова. Недаром Фёдорова называют предшественником космических идей Циолковского.

***Ключевые слова:** русский космизм, воскрешение отцов, освоение космоса, космическое единство.*

NIKOLAY FYODOROVICH FYODOROV – FOUNDER RUSSIAN COSMISM

Kirilina T. Yu.,

Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

Panyavin A. V.,

senior lecturer of the Department of Humanitarian and Social Disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article is devoted to the analysis of the ideas of the founder of Russian cosmism, Nikolai Fedorovich Fedorov.

The authors note that the main provisions of Russian cosmism were formulated by Nikolai Fedorovich Fedorov in his work "Philosophy of the Common

Cause". The common cause is the overcoming of death, the general resurrection, the creative transformation of the world. All the revived, now living and future generations must be settled somewhere. The thinker solves this problem with the help of space exploration.

The article concludes that the philosophy of N. Fedorov had a strong ideological influence on the work of other representatives of Russian cosmism, including such prominent natural scientists as K.E. Tsiolkovsky, V.I. Vernadsky and A.L. Chizhevsky. The work of Tsiolkovsky largely originates in the works of N.F. Fedorov. No wonder Fedorov is called the forerunner of Tsiolkovsky's cosmic ideas.

Keywords: *Russian cosmism, resurrection of the fathers, space exploration, cosmic unity.*

Русский космизм является одним из самых оригинальных философских течений конца XIX - начала XX веков. Отечественные ученые создали целостное учение о космической природе человека, неразрывном единстве человека, Земли и космоса, о безграничных возможностях человека в плане освоения космического пространства. Один из главнейших вопросов космизма есть космическое единство всех живых существ [1].

Русский космизм характеризуется сознанием единства космических и земных процессов, поиском места человека в космосе.

Космисты рассуждали о перспективах развития человечества, об объединении усилий всех людей в процессе освоения космического пространства. Именно русские космисты смогли впервые обосновать идею единения людей не на политических и идеологических причинах, а на нравственных и экологических принципах.

Философия космизма охватила весьма широкую область культуры конца XIX – начала XX века, однако сам термин «русский космизм» появился лишь в 60-е годы XX в., во время активного освоения космоса – именно тогда и началось массовое обращение к наследию К.Э. Циолковского, которое поддержали такие крупные учёные, как Владимир Иванович Вернадский и Александр Леонидович Чижевский.

Но не только из их трудов формировалась философия русского космизма – на первом месте стоит имя Николая Федоровича Фёдорова. Николай Федорович Федоров – русский философ, библиограф, педагог-новатор, московский Сократ – так ученого Сергей Николаевич Булгаков вскоре после выхода в свет первого тома его «Философии общего дела».

Николай Фёдорович Фёдоров – незаконнорождённый сын князя Павла Ивановича Гагарина. То есть философ, который один из первых выдвинул идею выхода человечества в космос должен был иметь фами-

лию Гагарина. (Николай Павлович Гагарин). Так как брак его отца с матерью из бедного дворянского рода не был венчан, не был признан официальным браком (хотя в браке родилось четверо, а в, возможно, и пятеро детей). И дети, рожденные в этом браке, не могли наследовать фамилию отца. Фамилию Федоров и отчество получил по имени своего крестного отца - Федора Карловича Белявского.

После официальной женитьбы своего отца на родовой дворянке, Федоров переезжает в поместье своего дяди – Константина Ивановича Гагарина. Николай Фёдорович Федоров получает хорошее образование, становится студентом Ришельевского лицея в Одессе. Когда Федорову было 22 года умирает его любимый дядя – Константин Иванович Гагарин. Это производит на него колоссальное впечатление и спустя какое-то время как озарение у Федорова рождается его философия общего дела, он приходит к мысли, что человек, который создан по образу и подобию творца, должен исполнить главную заповедь Христа - «Мертвых воскрешайте!», человек должен вернуть жизнь всем когда-либо жившим.

В течение 14 лет Федоров был учителем истории и географии в школе. Историческое знание связано с фундаментально способностью и потребностью человека помнить. Нужно представить историю не только как собрание историй, но и как собрание лиц. Тогда ощущается внутреннее единство истории.

Первое историческое знание, по мнению Федорова, человек получает через историю своего рода, своей семьи и местной истории, того, что сейчас называется краеведением. Это то место, где человек родился, где жили его предки. Дальше необходимо восходить от местной истории к истории Отечества, своей страны, к истории человечества.

Семейная родовая история – история родного края - история Отечества - всемирная история. Тогда история Человечества воспримется как история огромной семьи. Такая история – путь к восстановлению всемирного человеческого братства.

География, в свою очередь, формирует некое планетарное чувство, в котором не уничтожаются национальные различия, а, наоборот, они умножаются и примиряются. Земля – богатство мира, которое дано нам на благое возделывание, а не расхищение и истребление.

Обучение у Федорова было построено на принципе активности в процессе познания. Федоров вовлекал своих учеников в изучение истории родного края, его климата.

Для сохранения исторической памяти каждая местность должна создавать свой музей. В этом есть основывая задача культуры – сохранение памяти о предках.

Еще одной важной наукой, формирующей человека познающего, для Федорова была астрономия.

Если география позволяет рассматривать человечество в единстве пространства, история – в единстве времени, астрономия помогает человеку понять единство мироздания. Астрономия открывает человеку мироздание как поприще будущей деятельности всего человечества, всего человеческого рода. Федоров считал, что обсерватории должны быть при каждой школе.

После работы школьным учителем Федоров 25 лет работал библиотекарем в Москве. Сначала в Чертковской библиотеке, а затем – в публичной библиотеке Румянцевского музея. В качестве библиотекаря Фёдоров приобрел большую известность. В эти годы его и стали называть московским Сократом, как называл его современник Сергей Булгаков. Идеями Федорова восхищались Л.Н. Толстой, Ф. М. Достоевский, А. М. Горький.

Николай Фёдорович Федоров – уникальная фигура в истории русской мысли, философ-праведник. Как и другой яркий философ – Григорий Сковорода, Федоров – мыслитель с житием, а не с биографией.

Это тип подвижника в миру, ведущего очень аскетический образ жизни. Фёдоров спал на голом сундуке, питался хлебом и чаем, был всячески лишен гордыни. Раздавал свое жалование нуждающимся, своим ученика, бедным студентам.

Основные положения русского космизма были сформулированы Николаем Фёдоровичем Фёдоровым в его труде «Философия общего дела». Философ придерживался мнения, что причина дисгармонии в отношениях природы и человека кроется в неустойчивости человеческой жизни. А природа из-за своей бессознательности выступает в качестве враждебной силы, которую можно подчинить при помощи человеческого разума.

Фёдоров считал, что «люди должны вносить в мир гармонию и наводить в нём порядок», вследствие чего эволюция природы превратится из стихийной в сознательно-регулируемую [3].

Русская философия этикоцентрична. Она постоянно обращается к этической оценке мира, человека, его действий. Основной вопрос философии по Федорову должен быть этически заточенным. Почему живущее страдает и умирает?

Русская философия в лице плеяды космистов обратилась к проблеме идеала. У Федоров идеал – это дело, которое мы должны исполнить. Что это за ДЕЛО? Общее дело – это преодоление смерти, всеобщее воскрешение, творческое преображение мира. Выход в космос, преображение вселенной в новый миропорядок. Поэтому то основное дело – борьба со смертью, не может не быть общим.

Федоров создает воскресительный проект для всех когда-либо живших людей. Проект преодоления смерти. Этот проект обращен к человеку как существу любящему.

Во время работы в Чертковской библиотеке Федоров познакомился с Константином Циолковским – будущим гением отечественной космонавтики. В Москве Циолковский намеревался поступить в Высшее техническое училище, но не смог сдать вступительные экзамены. Тогда молодой ученый решил получать образование самостоятельно, обратившись за помощью к Николаю Федорову. Фёдоров помог Константину Эдуардовичу изучить такие науки, как физика, химия, астрономия, высшая математика и прочие важные предметы.

К. Э Циолковский познакомился с «философией общего дела» Федорова. Работа Федорова оказала большое впечатление на Константина Эдуардовича. Сама идея освоения космического пространства занимала Циолковского во много вследствие федоровской цели «воскрешения отцов», ведь огромному человечеству Земля станет тесной.

Н.Ф. Федоров был убеждён, что важнейшей задачей человечества должна быть борьба за человеческое бессмертие. Для ученого было принципиально важно, чтобы это бессмертие было не только для избранных, а для всех людей, в том числе давно умерших.

Наука должна сделать все для воскрешения «предков», причем не в мистически-духовном, а в телесном виде, и их расселения на других планетах. Еще одной задачей науки станет максимальное поредение жизни человека, а затем и его бессмертие.

Всех оживших, ныне живущих и будущие поколения необходимо где-то расселять. Мыслитель решает эту задачу с помощью освоения космоса. Для этого нужно переселить людей на другие планеты для освоения новых «мест обитания».

И здесь открывается достойная новая задача для науки - помочь людям овладеть космосом. Именно Н.Ф. Федоров первым заявил, что Земля не является границей для человека: «нужно считать Землю только исходным материалом, пунктом, а целое мироздание – поприщем нашей

деятельности». Разумеется, для достижения этой цели потребуется создать соответствующие технические средства, что позже было блестяще теоретически обосновано К.Э. Циолковским.

Философия Н. Федорова оказала сильное идейное влияние на творчество других представителей русского космизма, в том числе на таких выдающихся ученых-естествоиспытателей, как К.Э. Циолковский, В.И. Вернадский и А.Л. Чижевский. Творчество Циолковского во многом берет свое начало в работах Н.Ф. Федорова. Недаром Федорова называют предшественником космических идей Циолковского.

В отличие от Федорова, Циолковский признает широчайшее пространство жизни в космосе, в разных формах и на различных ступенях ее развития, вплоть до самых совершенных, высокосознательных и бессмертных ее представителей.

Но Федоров и Циолковский схожи в одном, в необходимости и возможности выхода человека в космос и космическом расселении человечества. Один из главнейших вопросов космизма – космическое единство всех живых существ. Нравственный масштаб мысли философа хорошо передаёт его афоризм: «Жить надо не для себя и не для других, а со всеми и для всех!»

Литература:

1. Алексеева В.И. Космизм о мире, человеке и обществе (концепции XIX – середины XX вв.). – М.: Луч, 2021 – 576 с.
2. Гачева А.Г., Казнина О.А., Семенова С.Г. Философский контекст русской литературы 1920 – 1930-х годов. М.: ИМЛИ РАН, 2003. С. 320 – 374.
3. Федоров Н. Ф. Философия общего дела: Статьи, мысли и письма Николая Федоровича Федорова, изд. под ред. В.А. Кожевникова и Н.П. Петерсона. Т. 1-2. - Верный: тип. Семиречен. обл. правл., 1906-1913. – 2 т.; 25.– 473 с.

ФИЛОСОФИЯ РУССКОГО КОСМИЗМА И ТРАНСГУМАНИЗМА. ПРОБЛЕМА ТРАНСГУМАНИЗМА

Ефимова А.О.,

магистрант 1 курса {Прикладная информатика}

Научный руководитель: Гайдабрус Н.В.,

кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных
дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В данной статье рассмотрена проблема угрозы реализации идеи трансгуманизма, также выделен общий фактор направлений – это бессмертие человечества. В данной работе указано направление, в котором развиваются оба философских направления. Основная задача данной статьи – показать альтернативу трансгуманизму, которую в себе содержит русский космизм. В данной статье представлено понятие термина трансгуманизм и космизм, рассмотрены основные идеи, задачи данных направлений и представлен результат изменения человечества в представлении трансгуманизма.

Ключевые слова: космизм, трансгуманизм, космос, перенаселение планеты.

PHILOSOPHY OF RUSSIAN COSMISM. THE CONNECTION BETWEEN COSMISM AND TRANSHUMANISM

Efimova A.O.,

1st year master student {Applied Informatics}

Scientific adviser: Gaidabrus N.V.,

PhD, associate professor of the Department of Humanitarian and Social
Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article deals with the problem of the threat to the realization of the idea of transhumanism, also highlighting the common factor of directions is the immortality of mankind. This paper indicates the direction in which both strand of philosophy is developing. The main objective of this article is to show the alternative to transhumanism that Russian cosmism contains. This article introduces the concept of the term transhumanism and cosmism, examines the main ideas, objectives of these trends and presents the result of the change of humanity in the concept of transhumanism.

Keywords: cosmism, transhumanism, space, overpopulation of the planet.

Введение

Актуальность данной темы заключается в распространении идеи трансгуманизма в современном мире и в возрастающем интересе среди научных деятелей, а также в раскрытии основной идеи философии русского космизма и в сравнении данных направлений философии. Название философского течения «космизм» произошло от слова «космос» из греческого языка, обозначающий упорядоченный или гармоничный мир.

Русский космизм рассматривает проблему связи между человеком и вселенной. Первооткрывателем данного направления был Федоров Н.Ф., идея его теории заключалась в бессмертии человечества, путем научных достижений, но, чтобы не было перенаселения, люди должны осваивать космос, другие планы, рассматривая как еще одну среду обитания. Основными идеями русского космизма являются:

- освоение вселенной;
- бессмертие человечества.

Данные идеи являются не только словами, но и двигателями прогресса. Бессмертие это в первую очередь подразумевает здоровье человека, не только духовного тела, но и физического. Стремление к вечной молодости, красоте тоже ведь от части является философией русского космизма [5]. Люди стремятся всеми способами продлить свою жизнь и каждый по-разному, от здорового образа жизни, до трансплантации органов.

Развитие русского космизма

История русского космизма берет свое начало в конце 19 века. Возникновение космизма связано с соприкосновением русско-православной культуры с темами микро и макрокосмоса. На развитие данного направления влияла не только исторические и философские предпосылки, но и православные традиции также легли в начало космизма. Православные традиции легли в основу сплоченности народа, готовности сообща решать проблемы глобального масштаба. Космизм разделяется на две категории:

- космизм традиционных культур (т.е. мифологический, эзотерический и т.д.);
- космизм культуры техногенной цивилизации, выдвигающий человека в качестве фактора космической эволюции.

Список основоположников довольно большой, также, как и их работ, причём полон не только теориями и гипотезами, но и картинами. Помимо Федорова Н.Ф., вклад в развитие теории космизма внес Владимир Вернадский, введя термин «ноосфера», утверждая, что жизнь на Земле тесно связана с Космосом, где космос является созидательной силой

[3]. Федоров и Вернадский были придержаны тому, что развитие техники отнимает у ноосферы энергию. Казимир Малевич тоже являлся представителем космизма, пытавшийся представить будущие дома, в его названии «планиты» для людей.

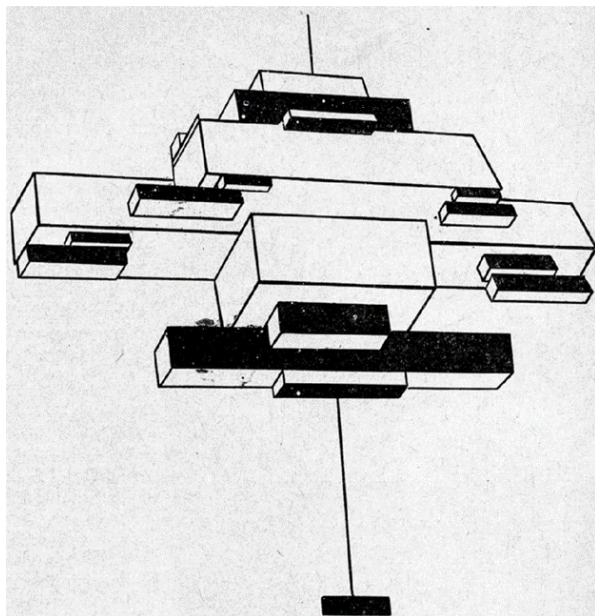


Рисунок 1. Будущие планиты землянитов по мнению Малевича

Взаимосвязь трансгуманизма и космизма

Под трансгуманизмом понимают мировоззрение или же направление в науке, которая признает возможность фундаментальных изменений в положении человечества, используя технологии, с помощью которых можно ликвидировать или поспособствовать устранению старости, т.е. увеличить продолжительность жизни, убрав страдания и увеличив психологические и умственные способности человека. Как уже было сказано, что суть направления в продлении своего бытия, но кроме пересадки органов жизнеобеспечения люди способствуют поднимать такие вопросы, как:

- выход в дальний космос;
- освоение океана;
- освоение межзвёздного пространства.

Зарождение трансгуманизма пришло из Англии в 50 годах из работы «Новые бутылки для нового вина» Д. Хаксли [7]. На сегодняшний день почитатели данного направления пытаются понять, как выйти за рамки биологической эволюции человека, то есть рассматривают вопрос о усовершенствовании тела и разума человека при помощи технологий. Искусственный интеллект также занимает важное место в трансгуманизме, так как последователи придерживаются теории, что при ускоренном техническом прогрессе возможность создать сверхчеловека увеличивается. Генная инженерия, молекулярная нанотехнология или биохимия также должны помочь в достижении данной цели. Направление крионики также должна внести вклад в сохранении сознания человека после его смерти.

В настоящее время трансгуманизм широко популярен как за рубежом, так и в России и многие идеи данного направления развились именно здесь. Например, в 2017 году французский философ Жан Бобок выдвинул основные цели трансгуманизма:

1. уменьшение смертности, стремлению к бессмертию. (перейти к человеку улучшенному, а затем к бессмертному);
2. искусственное зачатие детей (от зачатия до самого рождения) – люди будут не нужны для создания потомства, вынашивания ребенка и прививания семейных ценностей, все это будет делать машина;
3. создание «идеальной генетики», то есть способность видоизменить геном, устранение «недостатков»;
4. цифровое бессмертие – перенос сознание человека в цифровое пространство при помощи сканирования серого вещества и переноса сознания на носитель;
5. чипирование человека;
6. революция общественности на тему добровольности или обязательности улучшения человека.

В России прообразом трансгуманистической философии считается трактат Радищева «О человеке, о его смертности и бессмертии». В настоящее время насчитывается большое количество сообществ, которые заняты идеями данного направления.

В чем же связь русского космизма и трансгуманизма? Несмотря на различия идей, общим связующим фактором этих течений философии является бессмертие человека, но направление трансгуманистов больше относится к антигуманизму – противоположность гуманизму, лишённое гуманности и человечности по отношению к людям, их цель – создать «сверхчеловека», т.е. создать искусственный интеллект, в который перенесут человеческое сознание [6]. Если так задуматься, то цель

трансгуманизма звучит довольно пугающе, так как человек уже не будет индивидуальной формой жизни. Насколько эта идея безопасна?

Критика трансгуманизма

Есть конкретные направления, по которым критикуют трансгуманизм:

1. загрязнение окружающей среды;
2. исчезновение человечества;
3. угроза институту семьи, брака, исчезновение традиционных представлений о семье;
4. перенаселение планеты, дискуссии о признании эвтаназии как инструмента регулирования популяции в будущем;
5. экономические и политические проблемы (например, формирование нового мирового порядка);
6. личные риски – потеря контроля над искусственным интеллект, потеря человеческой идентичности и цели в жизни;
7. неравенство – доступность технологий принадлежит только высшим слоям общества.

И это только часть. Российские трансгуманисты считают, что нет ничего аморального в поддержании самоубийства – трансгуманисты хотят увеличить продолжительность жизни, но это касается только молодое население планеты, то есть увеличить продолжительность «здоровой жизни». Одним из основных врагов трансгуманизма является религия, которая проповедует воскресение и бессмертие, что оттягивает ресурсы от развития науки. В отличие от трансгуманизма русский космизм связан с обязательной духовно-нравственной эволюцией, которой должны сопутствовать изменения человеческого тела [1]. Но это не означает, что трансгуманизм плохо влияет на освоение новых технологий, наоборот, с помощью данного направления было совершено много открытий в области nano технологий, биотехнологий и информационных технологий, биохакинг (анализ ДНК), с целью улучшения положения человека. Также выше было сказано про крионику – сохранение человека при низкой температуре, такая идея созвучна с философией Федорова по сохранению и продлению жизни индивида.

Заключение

Русский космизм направлен на развитие научно – технического прогресса и целью его является бессмертие человека. Развитие космизма зародилось в России, откуда и взялись социально – культурные ценно-

сти, религиозные взгляды и идеи, когда трансгуманизм зародился в Америке. Ценности одной страны совершенно не совпадают с ценностями другой. Благодаря трансгуманизму, а именно ускоренному техническому прогрессу, наука вышла на новый этап в совершенствовании и развитии человечества.

Данные направления имеют одну общую идею, но направления – разные. Трансгуманизм идет по стопам антигуманизма, когда русский космизм относится к гуманизму. Научный прогресс должен сохранять человеческую жизнь и всю окружающую среду в целом, а не уничтожать.

Литература:

1. Александров, И.Ю. Русский космизм и трансгуманизм // Вестник СПбГИК. 2020. №4 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkiy-kosmizm-i-transgumanizm-1> (дата обращения: 25.11.2022).
2. Воротникова, Е.Ю. Особенности проективной философии Н. Ф. Федорова // Идеи и идеалы. 2013. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-proektivnoy-filosofii-n-f-fedorova> (дата обращения: 24.11.2022).
3. Емельянов, Б. В. История русской философии. Космизм: учебное пособие для вузов / Б. В. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. URL: <https://urait.ru/bcode/490582> (дата обращения: 26.11.2022). – Режим доступа: по подписке образовательной платформы Юрайт.
4. Емельянов, Б. В. Русская философия XIX века в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / Б. В. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. URL: <https://urait.ru/bcode/490581> (дата обращения: 25.11.2022). – Режим доступа: по подписке образовательной платформы Юрайт.
5. Керницкий В. Н. Современный русский космизм // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2019. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-russkiy-kosmizm> (дата обращения: 24.11.2022).
6. Пряхин В.Ф. Русский космизм и трансгуманизм // Приволжский научный вестник. 2012. №8 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkiy-kosmizm-i-transgumanizm> (дата обращения: 26.11.2022).
7. Рочняк Е. В. Трансгуманизм как один из возможных путей будущего развития человечества: история идеи // Вестник МГОУ. Серия: Философские науки. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transgumanizm-kak-odin-iz-vozmozhnyh-putey-buduschego-razvitiya-chelovechestva-istoriya-idei> (дата обращения: 25.11.2022).
8. Фролова М.И. Гуманистическая футурология: Дж. Нэсбитт и И.Т. Фролов // Человек. 2018 №6. С. 5-21.

НИКИТА НИКОЛАЕВИЧ МОИСЕЕВ: ИМПЕРАТИВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Гайдабрус Н.В.,

кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В начале семидесятых годов прошлого века появился термин "глобальные проблемы". Книга Джея Форрестера "Мировая динамика", в которой он с помощью пяти переменных описал основные процессы экономики, демографии, роста загрязнения и их взаимообусловленность в планетарном масштабе, была переведена на русский язык под редакцией Н.Н. Моисеева и включала в качестве послесловия его большую статью, где он изложил собственные подходы к построению моделей, имитирующих функционирования биосферы. Позже группа Никиты Николаевича создала математическую модель сложнейших биосферных процессов с учетом последствий активной деятельности человека. В частности, показав, что после ядерной войны биосфера изменится настолько качественно, что она исключит возможность жизни современного человека – найти пути к возникновению солидарности, общепланетарного, космополитического сознания для устранения угрозы самоуничтожения.

Ключевые слова: Н.Н. Моисеев, глобальные проблемы, экологический императив, нравственный императив, ответственность, космополитическое мышление, образование.

NIKITA NIKOLAEVICH MOISEEV: THE IMPERATIVE OF RESPONSIBILITY

Gaidabrus N. V.,

PhD, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

In the early seventies of the last century, the term "global problems" appeared. Jay Forrester's book "World Dynamics", in which he described the main processes of the economy, demography, pollution growth and their interdependence on a planetary scale with the help of five variables, was translated into Russian under the editorship of N.N. Moiseev and included as an afterword his long article, where he outlined his own approaches to building models that simulate the functioning of the biosphere. Later, Nikita Nikolayevich's group created a mathematical model of the most complex biospheric processes, taking into account the

consequences of active human activity. In particular, by showing that after a nuclear war the biosphere will change so qualitatively that it will exclude the possibility of human life on Earth. Consequently, the task of mankind, meaning of modern life is to find ways to create solidarity, a planetary, cosmopolitan consciousness in order to eliminate the threat of self-destruction.

Key words: N.N. Moiseev, global problems, environmental imperative, moral imperative, responsibility, cosmopolitan mind, education.

Однажды биолог, генетик Николай Владимирович Тимофеев-Ресовский (1900-1981) попросил Никиту Николаевича Моисеева, выпускника мехмата МГУ, фронтовика, кандидата технических наук, доктора физико-математических наук, профессора, декана факультета МФТИ, рассчитать оптимальное количество жителей планеты, которые при нынешнем уровне технологического развития смогут вписаться в естественные циклы кругооборота веществ. Моисееву понадобилось три-четыре месяца, чтобы ответить, что очень высок уровень неопределенности, но примерно от двухсот до восьмисот миллионов людей. Оказалось, что Тимофеев-Ресовский знал ответ и хотел посмотреть, как с этим справится Никита Николаевич, и что ответ – пятьсот миллионов и без всяких расчётов. Лишь 10 % энергии, используемой людьми, составляет возобновимая энергия, то есть энергия, которая участвует в кругообороте. Все остальное – это невозобновимые запасы Земли, и чтобы не нарушать естественного круговорота веществ и жить в согласии с Природой, человечеству надо или уменьшить потребление и найти новые технологические основы своего существования, или сокращать числа жителей планеты. Это заставило Моисеева задуматься над взаимодействием человека с Природой как единой системы, и привело к полной перестройке представления о диалектике общественного развития. Он начал серьезно размышлять о биосферных проблемах, внимательно читать Вернадского и думать о том, как научиться изучать взаимодействие человека как биологического вида и биосферы, неотделимой частью которой человек является. И без машинной имитации глобальных биосферных процессов было просто не обойтись.

Термин "глобальные проблемы" появился в начале семидесятых годов. Глобальной проблематикой стал заниматься Международный Институт Жизни, в 1968 году возник Римский Клуб. Профессор Массачусетского технологического института Джей Райт Форрестер (1918-2016) опубликовал работу "Мировая динамика", в которой с помощью пяти переменных описал основные процессы экономики, демографии, роста загрязнения и их взаимообусловленность в планетарном масштабе. Он разработал специальный язык описания, так называемый

"DYNAMO" (DYNAmic MOdels), способы программирования и анализа получаемых результатов. Работа произвела большое впечатление не своей спорной научностью и методами, а смелостью автора, взявшегося за проблему целостного описания биосферных процессов, включающих и активную деятельность человека. Моисеев утвердился в необходимости подобной работы, но проведенной по-иному. Под редакцией Н.Н.Моисеева книга Форрестера была переведена на русский язык, в качестве послесловия была помещена большая статья Никиты Николаевича, где он изложил собственные подходы к построению моделей, имитирующих функционирования биосферы. Позже Моисеев встретился с Форрестером, которого, как оказалось, сама по себе биосфера интересовала очень мало, так как он был заинтересован в возможностях технологии моделирования, использования вычислительной машины для прогностической деятельности и машинной имитации реальных процессов, где бы они не проходили. Концепция глобального моделирования была применена для знаменитого доклада Римского Клуба «Пределы роста» ученика Форрестера Дениса Медоуза (р.1942).

Никита Николаевич Моисеев пришёл к выводу о необходимости построения компьютерной системы, имитирующей взаимодействие океана, атмосферы и биоты. А деятельность человека, его экономику, в частности, задавать в качестве тех или иных сценариев.

В Москве, на семинаре в Вычислительном Центре особой поддержки Моисеев не встретил. Но неожиданно он ее получил в секции наук о Земле. Было выделено 6 ставок, и вместе с ресурсами Вычислительного Центра это позволило организовать две новые лаборатории. Одна из них должна была заниматься проблемами моделирования процессов биотической природы, а другая динамикой системы океан-атмосфера. К концу 70-х годов первый вариант системы моделей был разработан лабораторией Владимира Викторовича Александрова (1938-1985). Но провести конкретные расчеты с использованием полной модели не получалось. Вычислительный Центр располагал в то время только вычислительной машиной БЭСМ-6, провести конкретные расчеты с использованием полной модели на ней не получалось. Центр климатологических исследований в городе Боулдер (США) предложил свою помощь, и Александров уехал на восемь месяцев отлаживать нашу систему моделей. Он вернулся домой с фильмом, в котором была запечатлена динамика изобар линий равного давления, рассчитанных по начальным данным на 31 декабря 1970 года.

В Сибирском отделении РАН подтвердили, что модель правильно отражает основные особенности динамики атмосферы и гидросферы.

Была доказана возможность использования математического моделирования сложнейших биосферных процессов. Предстояло включить в нее описание активной деятельности человека.

Группа Моисеева направила усилия на создание инструмента для анализа взаимовлияния человека и биосферы. Александр Михайлович Тарко (р.1944) сделал попытку оценить возможные изменения продуктивности планетарной биоты при удвоении концентрации углекислоты в атмосфере.

В марте 1983 года Карл Саган (1934-1996) публикует ряд сценариев возможной ядерной войны. Как следствие ядерной ночи должна была бы начаться ядерная зима, так как поверхность планеты стала бы недоступной для солнечного света и начала бы быстро остывать. К этому времени усилиями Александрова и, главным образом, Георгия Львовича Стенчикова (р.1950), сама вычислительная система и ее математическое обеспечение были доведены до такого уровня совершенства, что можно было проводить расчёты на БЭСМ 6. Когда Стенчиков принес первые расчёты, их несколько раз перепроверяли, варьировали разные начальные условия, но цифры показывали одно и то же. Даже в том случае, если две враждующие стороны используют лишь 30-40% своих ядерных арсеналов для удара по городам, то в верхние слои атмосферы поднимется такое количество сажи, которое на много месяцев закроет Солнце. Температуры сделаются отрицательными, например, в Саудовской Аравии понизятся до -30°C и более. Только через год начнётся постепенное повышение температуры, но планета не вернется к первоначальному состоянию. Произойдет полная перестройка всей биосферы, она перейдет в новое состояние, в котором места для человека уже не будет. И это, не учитывая смертельного уровня радиации.

31 октября 1983 года в Вашингтоне состоялась двухдневная конференция «The World After Nuclear War: Conference on the Long-Term World-Wide Consequences of Nuclear War», посвященная оценке последствий возможной ядерной войны. Во второй день триумфально выступил Александров, изложив модель, технику её анализа и результаты расчетов. Американские исследователи смогли сделать анализ возможной динамики атмосферных изменений только для первого месяца после обмена ядерными ударами, группа Моисеева давала картину целого года. Американцы имели значительно более совершенную модель динамики атмосферы, но она не была скоррелирована с моделью динамики океана, без влияния которого невозможно оценить судьбу биосферы. Только атмосферные расчеты могут дать более или менее правильное представле-

ние о ходе событий лишь на первом, самом начальном этапе, когда тепловой инерцией океана ещё можно пренебречь, когда она ещё не сказала, отсюда и месячный горизонт американских расчётов. Впоследствии данные перепроверялись разными моделями на разных машинах, и подтверждался того фундаментальный факт, что после ядерной войны биосфера изменится столь качественно, что она исключит возможность жизни на Земле человека.

Позже на приеме в советском посольстве американский военный атташе сказал, вспоминает Моисеев, что всё то, что мы делаем вредно! Не только для Америки, но и для Советского Союза. «Вы еще увидите вас там за это не поглядят» - таков был лейтмотив его высказываний, мы наносим военным, их бюджету, их миропредставлению настоящий удар. Придёт время и это скажется.

В Москве в перерыве одного из заседаний ВПК председатель бросил Моисееву: «Ну чего Вы вылезаете, занимались бы себе дома спокойно своей наукой, а то на весь мир разстрезвонили. Без Вас астроному и не поверили бы». [4]

1 апреля 1985 года Владимир Александров, будучи на конференции в Испании, накануне своего отлета из Мадрида вышел из гостиницы прогуляться и пропал. Тайна его исчезновения до сих пор не раскрыта.

После происшедшей трагедии лаборатория Александрова стала распадаться. Несмотря на эти отдельные успехи работа в области глобальных проблем почти прекратилась.

После конференции 1983 года «The World After Nuclear War» советские и американские ученые, выступая в Сенате США, были едины в том, что «ядерная зима» и «ядерная ночь», отсутствие света, пищи, пресной воды, отравление атмосферы токсичными газами затронут всю планету в равной степени. В этой войне не может быть не только победителей и побежденных, но даже нейтральных. Причем роковым может оказаться и сравнительно небольшой ядерный конфликт. Значит, приобщение каждой новой страны к ядерным арсеналам увеличивает угрозу не только для ее потенциальных противников, но и для всего мира, становится предметом законной озабоченности всех остальных стран – и ядерных, и неядерных. Невозможно установить «порог» мощности ядерных ударов, гарантирующий выживание человечества. Современные развитые государства – весьма сложные системы, которые легко могут выйти из состояния равновесия, тем более под влиянием такого мощного возмущающего фактора, как ядерные удары, пусть даже ограниченной мощности. Единственная надежная гарантия контролируемого

развития событий – полное исключение всякой ядерной войны, как «большой», так и «ограниченной».

Ядерному оружию больше невозможно приписывать какой бы то ни было военной или политической смысл: это оружие просто нельзя применять ни в каких целях, кроме самоубийства. Даже если суметь отсидеться в каком-нибудь гипотетическом убежище, выйдя из него, человеку не будет места, планета станет чужеродной ему.

Уйдя в отставку с поста заместителя директора по научной работе ВЦ АН СССР, Моисеев отошел от чисто информационных и математических проблем и пришел к пониманию необходимости выработки общей исследовательской программы, содержащей помимо методологических средств определенную концептуальную картину мира, на границе естествознания и философии, названная универсальным эволюционизмом. В начальном варианте она была представлена в книге «Алгоритмы развития» (М., 1987). Дойдя до возможности самоуничтожения человечество объявляет экологический императив единственным шансом сохранить коэволюцию природы и общества. Для этого необходимо общепланетарное согласие. Экологический императив потребует умения соразмерить потребности человечества с возможностями оскудевающей биосферы. Главную трудность Моисеев видит в реализации нравственного императива, в нахождении способов выполнения его условий. В понятие «нравственный императив» вкладывается умение преодолевать противоречия международные, межнациональные, религиозные, умение находить разумные компромиссы. Институты согласия могут строиться на общечеловеческих ценностях. Запрет на убийство обеспечил развитие человеческого разума, благодаря утверждению этого табу возникли основы морали древнего человека.

Теперь впервые у человечества появлялась первоочередная цель – обеспечить сохранение на Земле человечества, но об этом должны знать все, а значит, общество должно быть образованным. Будущим специалистам, вне зависимости от их профиля, предстоит смотреть на свою деятельность с общечеловеческой точки зрения, с позиции взаимоотношения общества с природой. Автоматическое использование установившихся стереотипов мышления и традиционных ценностей больше не может работать. Только свободная творческая человеческая мысль порождает стремительное развитие науки, технологий, новых идей во всех сферах жизни.

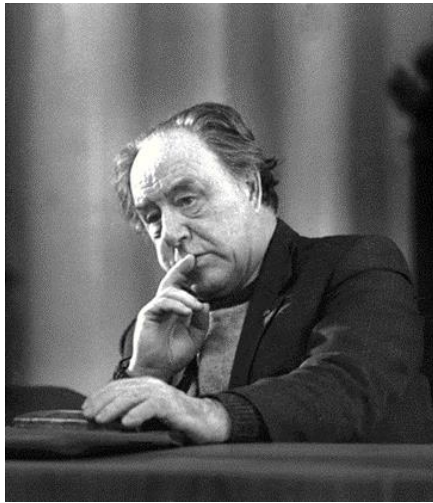


Рисунок 1. Моисеев Н.Н.

Воплощая в жизнь свои мысли, Никита Николаевич стал идейным создателем Международного независимого эколого-политологического университета, Президентом Российского отделения Зеленого Креста, Президентом Российского национального комитета содействия программе ООН по охране окружающей среды UNEP COM, главным редактором журнала «Экология и жизнь».

Никите Николаевичу хотелось думать, что мы стоим на пороге явления, которое можно будет назвать становлением коллективного или общепланетарного Разума, коллективного интеллекта. Возможно, при наступлении некоего предела охвата глобальной сетью произойдет новая бифуркация, подобная возникновению мыслительных способностей у гоминидов.

Вернадский полагал, что человечеству, Разуму придется однажды принять на себя ответственность за дальнейшее развитие природы и общества. Общество должно оказаться способным согласовать свои потребности с возможностями биосферы. В декабре 1944 года, за несколько месяцев до смерти, когда победа в Отечественной войне уже была предрешена, Вернадский говорил о том, что человечество вступает в эпоху ноосферы. По-видимому, он полагал, что с разгромом фашизма все препятствия для утверждения «мира разума» уже окажутся снятыми. Как мы знаем теперь, история оказалась куда более трагичной и грустной [1].

Литература:

1. Вернадский В.И. Несколько слов о ноосфере. Журнал «Успехи современной биологии» 1944 год, No.18, вып. 2, С.120
<http://vernadsky.lib.ru/e-texts/archive/noos.html>
2. Виртуальный музей академика Н.Н. Моисеева на "Человек и биосфера" (ccas.ru)
3. Моисеев Н.Н. Избранные труды. В 2-х томах. Т. 2. Междисциплинарные исследования глобальных проблем. Публицистика и общественные проблемы. – М.: Тайдекс Ко, 2003. – 264 с.
http://www.ccas.ru/manbios/mois_trudi_v2.pdf
4. Моисеев Н.Н. Как далеко до завтрашнего дня: Свободные размышления: 1917-1993. М.: АО «Аспект-Пресс», 1994. 302 с. Н.Н. Моисеев. Книга "Быть или не быть ... человечеству" (ccas.ru)
5. Моисеев, Н. Н. Судьба цивилизации. Путь Разума / Н. Н. Моисеев. – Москва: Языки русской культуры, 2000. – 225 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476964>
6. Моисеев, Н.Н. Расставание с простотой / Н.Н. Моисеев. - М.: Аграф, 1998. - 472 с. (Путь к очевидности).

ФИЛОСОФИЯ И «ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОВОРОТ» РИЧАРДА РОРТИ

Насруллаева Э.Р., Филонова Д.С., Башкова Д.К.,

студенты 2 курса {Таможенное дело}

Научный руководитель: Гусева И.И.,

доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В данной статье рассматривается концепция политической философии будущего, основанная на работах и идеях Ричарда Рорти. Ему свойственно бифуркационное отношение к традиционной философии Нового времени, в частности к идеям фундаментализма и эссенциализма. В качестве альтернативы он предлагает программу проблематизации философии: отказ от проблемы «сознание-тело», от общепринятой эпистемологии и реформирование философии на основе основных положений либеральной концепции развития общества.

Ключевые слова: фундаментализм, эссенциализм, солидарность, либерализм, политическая философия, коммуникация.

PHILOSOPHY OF THE FUTURE: RICHARD RORTY'S PREDICTIONS

Nasrullaeva E.R., Filonova D.S., Bashkova D.K.,

2nd year students {Customs}

Scientific adviser: Guseva I.I.,

Doctor of Philosophy, professor of the Department of Humanitarian and Social
Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article discusses the concept of political philosophy of the future, based on the works and ideas of Richard Rorty. He is characterized by a bifurcation attitude to the traditional philosophy of Modern times, in particular to the ideas of fundamentalism and essentialism. As an alternative, he proposes a program of problematization of philosophy: the rejection of the problem of "consciousness-body", from the generally accepted epistemology and the reform of philosophy based on the basic provisions of the liberal concept of the development of society.

Key words: fundamentalism, essentialism, solidarity, liberalism, political philosophy, communication.

Американский прагматик Ричард Рорти (1931–2007) на протяжении всей своей карьеры выступал за терапевтический подход к философии. Он спокойно склонялся к такому подходу даже в первые дни, когда его работы ненавязчиво сочетались с самоуверенной аналитической традицией, которая, конечно, не видела никакой необходимости в терапии. Но позже это стало очевидным в том, что часто считается его самой важной работой: "Философия и зеркало природы" (1979).

В этой противоречивой и захватывающей книге Рорти стремился показать, как философские проблемы проистекают из бессознательных предположений и соблазнительных образов, заложенных в язык, используемый для их создания. Показывая, что это одноразовые продукты культуры и истории, а не неизбежные сопутствующие мысли, он стремился освободить коллег-философов от удушающих тисков вопросов онтологии. Рорти также надеялся, что их сопровождающее представление о себе как о беспристрастных арбитрах глубоких истин последует их примеру. Ибо он считал, что эта высокая самооценка может только стимулировать вопросы, которые неизбежно превращаются в бесплодные схоластические навязчивые идеи. Его главным терапевтическим намерением на том этапе, казалось, было спасти философию от самой себя.

Естественно, сами философы сопротивлялись. Они не могли смириться с тем, что их самоощущение в качестве культурных надзирателей поощряло постоянную вовлеченность в серьезные вопросы, касающиеся природы истины, необходимых и достаточных условий для знания, связи между разумом и телом и т.д. Для них все было, если угодно, наоборот. Эти неизбежные вопросы, которые возникают почти сразу, как только мысль обретает языковую форму, навязывают им повышенную самооценку, создавая интеллектуальное обязательство соответствовать ей. Было мало склонности к спорным взглядам на встроенные предположения или образы.

Если терапевтический подход Рорти был направлен только на преодоление такого сопротивления, то, учитывая относительную изоляцию философов, социальное воздействие могло быть лишь незначительным. Однако Рорти не просто отстаивал терапевтический подход к философии. Он хотел превратить саму философию в терапию, сделать ее доступной как таковую и, возвращаясь к своему герою Джону Дьюи, более непосредственно включить ее в проблемы обычных людей.

Своевременное значение политического поворота Рорти в настоящее время редко признается, и еще меньше ценится. Многие из того,

что он писал и говорил, хотя и отличалось оригинальностью, было результатом вдумчивых встреч с широким кругом философов и других интеллектуалов, современных и исторических, часто простирающихся до поэтов и романистов. Его постоянные намеки на это, без сомнения, во многом объясняют это пренебрежение хотя бы потому, что введенные сложности скрывают практическую цель его терапии и удар в его политике.

В книге "Философия и зеркало природы" Рорти уже был настроен оптимистично, прокладывая философский путь к далеко идущим культурным изменениям. Он представил общество, в котором эстетическое совершенствование превалирует над неустанным стремлением к культурно-трансцендентной объективности, а личные свободы культивируются для содействия беспрепятственному расцвету истины в соответствии с его провокационной мантрой: «Берегите свободу, и истина позаботится о себе».

На этом этапе Рорти пытался показать философам, как они могли бы умерить свои унаследованные тенденции к когнитивизму, чтобы стать более "назидательными", а также более интерпретирующими, а не убедительными. Но политический выигрыш был спорным.

И только в книге «Непредвиденные обстоятельства, иронии и солидарности» (1989), которое было амбициозным продолжением и его личным фаворитом, подход Рорти стал открыто политизированным, так что более широкие амбиции его терапевтических намерений были легко идентифицируемы. Его политические идеи получили дальнейшее развитие в его последней книге «Достижение нашей страны» (1998) и удачно названном четвертом сборнике философских статей «Философия как культурная политика» (2007). Но, оглядываясь назад, становится ясно, что, несмотря на некоторую поверхностную литературную маскировку, непредвиденные обстоятельства послужили для них трамплином. Это позволило Рорти сбросить свою философскую оболочку и сознательно взять на себя роль публичного интеллектуала.

Его терапевтическая цель включала радикальную политическую трансформацию общества.

Для обычных людей Рорти начал с того, что отстаивал оживляющую концепцию их личной идентичности или "самости", призывая их рассматривать это как продукт их собственных рук, нечто, созданное ими самими, как произведение искусства, а не данное в какой-либо фиксированной форме или обязанное высшему авторитету. Делая это, он превратил то, что могло быть просто еще одной узкой технической ги-

потезой о том, как лучше всего обсуждать личную идентичность в философских кругах, в плодотворное и вдохновляющее социальное предположение.

Чтобы показать, что он не распространял нереалистичное, элитарное представление о самости, для формирования которого требуется значительное художественное мастерство, не говоря уже о достаточном досуге и богатстве, Рорти обратился к Зигмунду Фрейду с остроумным призывом во второй главе «Непредвиденных обстоятельств».

Философ переключает философские механизмы с метафизики или онтологии на повседневную практику, от теории к повествованию и от попыток изобразить, каковы люди, в конечном счете, говоря, к исследованию того, кем они могли бы стремиться быть, что они могут сделать из себя. Проницательный параллельный ход Рорти заключался в том, чтобы придать своей концепции самости благоприятный политический контекст, изложив философски очищенный либерализм.

Эта комбинация, учитывающая частное развитие личности, с одной стороны, и социальные связи, возникающие в определенных демократических сообществах, с другой, вызвала в воображении то, что является, особенно сейчас, привлекательной политической перспективой.

Рорти утверждал, что урезанная версия либерализма была не только самым известным практическим политическим подходом к его описанию личной идентичности и свободы, необходимой для самосозидания, но и предоставляла наиболее реальный шанс уменьшить жестокость и другие незаслуженные формы трудностей. Она была бы направлена как на то, чтобы уравнивать возможности для самосозидания, так и на то, чтобы предоставить людям самим выбирать, стоит ли и как ими воююще воспользоваться. В то же время это помогло бы развить сочувствие, которое создает больше человеческой солидарности.

После этого терапевтического упражнения больше не должно было быть необходимости беспокоиться о теоретических основах либерализма или сложных аргументах в его поддержку. Хитрость заключалась в том, чтобы сделать его оправдание полностью практическим, опираясь на два вышеупомянутых фактора: защиту свободы и облегчение страданий. Действительно, Рорти рассматривал их как прагматически определяющие факторы, которые, действуя на уровне земли, где политика касается жизни, делают поддерживающие теории излишними до такой степени, что даже не возникает соблазна искать теоретические причины их отсутствия. Один из быстрых способов разобраться в этом - использовать слова Рорти, которые говорят что-то вроде: «Если мы по-

думаем о преимуществах, которые может принести либерализм, и о жестокости, от которой он может нас защитить, тогда этого достаточно. Нет необходимости беспокоиться о том, сработает ли то, что работает на практике, в теории. И, рассматривая эти преимущества, мы могли бы подумать о том, какую позицию либерализм позволяет нам занимать в отношении обеспечения "порядка, защиты, безопасности, доверия и условий сотрудничества».

Мы должны добавить, что акцент Рорти на снижении жестокости намеренно повторил ключевую тему книги Джудит Шкляр «Либерализм страха» (1989). Эта дальновидная статья, которая продолжает приобретать актуальность даже с возрастом, не теоретически обосновывает либерализм в убеждении, что жестокость является неоспоримым злом.

Переместив свое терапевтическое внимание с философии в политическую сферу, Рорти перенастроил свой прагматизм. Прагматик оценивает истинность и ценность в соответствии с ожидаемыми показателями эффективности или полезности. «В чем преимущества» и «Будет ли это работать?» - типичные наводящие вопросы. После перехода Рорти в политическую сферу он хотел, чтобы такие оценки делались по чисто политическим мотивам. Но, что важно для Рорти, эти оценки должны были быть практичными в смысле прагматика, что создавало некоторую дистанцию от политического реализма. Помимо этого, в сосредоточении внимания на политике были свои преимущества, но были и очевидные опасности.

Когда критики удосуживались обратить серьезное внимание на «Непредвиденные обстоятельства», они, как правило, рассматривали это как квазилитературную реконструкцию предполагаемой позиции Рорти «смерть философии», прикрытую грубой защитой грубого либерализма. Что касается того, как Рорти расставлял приоритеты в политике, они были склонны преувеличивать опасности и игнорировать преимущества, опасаясь, что это может привести к пагубному сокращению. Поставить философию на службу политике и, действительно, поставить все нетривиальное социальное значение в общественной сфере в зависимость от политических соображений означало бы вызвать коррупцию или даже тиранию.

В книге "Чтение Рорти: прагматизм и его последствия" (2000) Жак Бувересс беспокоился, что это может развязать политико-философский терроризм, свидетелем которого он лично был во Франции. Но должно было быть ясно, что рассказ Рорти о самости был разработан для предотвращения чего-либо подобного, как и его версия либерализма. Были за-

ложены компенсирующие преимущества. Граждане идеального либерального общества Рорти могут свободно улучшать форму себя, которую они решили создать. Это открывает пространство, в котором человек может попытаться реализовать свой "желаемый образ жизни", снова заимствуя у Лайонеля Триллинга. Это пространство, где то, что Трилинг назвал «актами сознательного самоопределения» и «безвозмездно выбранными образами личного бытия», автоматически защищается от вторжения бюрократов, тяжелых рук тиранов и всего того, что назвалось «вторжениями общественного угнетения». Деятельность в этом регионе, связанная с личными проектами самоформирования, является частной и подчиняется только ограничению, которое Рорти с радостью снял с описания свободы Джона Стюарта Милля: они не должны вредить или существенно препятствовать другим подобным проектам.

Для тех, кто не знаком с работой Рорти и сложностями, которые мы отложили в сторону, все это может показаться слишком упрощенным, и поэтому может быть трудно понять, как складывается то, что мы сказали до сих пор о его политической терапии.

Высказываясь вкратце, без институционального сочетания типично либерального типа современные развитые общества не могут процветать. «Непредвиденные обстоятельства» были одновременно и опережающими свое время. Казалось, что это согласуется с оптимистичными оценками окончания холодной войны, согласно которым политическая жизнь во всем мире будет протекать на условиях, непосредственно приемлемых для либерализма, примерно так, как это было определено Просвещением. Это означало, что права человека, независимость судебной власти, терпимость, верховенство закона и относительно свободные рынки будут играть важную роль в этом.

Литература:

1. Ричард Рорти, его идеи, основные работы / studopedia.ru. Электронный ресурс. URL: https://studopedia.ru/11_58862_richard-rorti-ego-idei-osnovnie-raboti.html / Ричард Рорти, его идеи, основные работы (дата обращения: 10.10.2022)
2. Ричард Рорти / brickofknowledge.com. Электронный ресурс URL [https://brickofknowledge.com/articles/rorty#:~:text=Политические%20взгляды%20Рорти%20определяют%20в,устранения%20данных%20проблем%20\(ORT%20pt](https://brickofknowledge.com/articles/rorty#:~:text=Политические%20взгляды%20Рорти%20определяют%20в,устранения%20данных%20проблем%20(ORT%20pt) / Ричард Рорти (дата обращения: 10.10.2022)
3. Идеи Рорти в свете постмодерна и постструктурализма. Проблема независимости субъекта / superinf.ru. Электронный ресурс. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=3719 / Идеи Рорти в свете постмодерна и постструктурализма (дата обращения: 10.10.2022)

4. Философия и зеркало природы / platona.net. Электронный ресурс. URL:
https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/postmodernizm/richard_rorti_filosofija_i_zerkalo_prirody/54-1-0-348 / Философия и зеркало природы (дата обращения: 10.10.2022)
5. Либерализм / wikipedia.org. Электронный ресурс. URL:
<https://ru.wikipedia.org/wiki/Либерализм#:~:text=Политический%20либерализм%20—%20убеждение%2C%20что,знает%2C%20что%20для%20него%20лучше> / Либерализм (дата обращения: 10.10.2022)
6. Утопический проект Ричарда Рорти / studref.com. Электронный ресурс. URL:
https://studref.com/403431/filosofiya/utopicheskiy_proekt_richarda_rorti#:~:text=Либеральный%20политический%20проект%20Р.%20Рорти,метасловарь%2C%20разрешивший%20все%20наши%20сомнения / Утопический проект Ричарда Рорти (дата обращения: 10.10.2022)
7. Ричард Рорти и кризис современной западной философии / cyberleninka.ru. Электронный ресурс. URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/richard-rorti-i-krizis-sovremennoy-zapadnoy-filosofii-1> / Ричард Рорти и кризис современной западной философии (дата обращения: 10.10.2022)

ИДЕИ КОСМИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ГОРОД БОРОВСК КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ – ЦЕНТР РУССКОГО КОСМИЗМА

Николаев В.И.,

аспирант 3 года обучения {Экономика}
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Ашарина М.М.,

студентка
ФГБОУ ВО «Московский архитектурный институт (государственная
академия)», Москва, Россия

В XXI веке роль науки и инноваций существенно возросла. Развитие глобальной экономики в условиях ограниченности ресурсов в будущем должно обеспечиваться альтернативными источниками энергии и новой философией взаимодействия в мировом сообществе. В данной статье под такой философией подразумеваются философские, научные и эстетические течения космизма. Именно космизм, ориентирующийся на развитие науки и покорение (изучение) космического пространства, способен сместить приоритеты с планетарного на вселенский масштаб. Отдельное внимание в работе уделено созданию Мирового центра космизма в г. Боровск Калужской области.

Ключевые слова: космизм, наука, инновации, экономика, центр русского космизма.

IDEAS OF COSMISM IN MODERN RUSSIA. THE CITY OF BOROVSKY IN THE KALUGA REGION IS THE CENTER OF RUSSIAN COSMISM

Nikolaev V.I.,

3rd year post-graduate student {Economy}
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Asharina M.M.,

student
Moscow Architectural Institute (State Academy), Moscow, Russia

In the 21st century, the role of science and innovation has increased significantly. The development of the global economy in conditions of limited resources in the future should be provided with alternative energy sources and a new philosophy of interaction of the world community. In this article, such philosophy

refers to the philosophical, scientific and aesthetic currents of cosmism. It is cosmism, which focuses on the development of science and the conquest (study) of outer space that is able to shift priorities from the planetary to the universal scale. Special attention is paid to the creation of the world center of cosmism in Borovsk, Kaluga region.

Keywords: cosmism, science, innovation, economics, center of Russian Cosmism.

Для России второе десятилетие XXI века становится одним из наиболее сложных в ее новейшей истории. Русский мир, во-первых, столкнулся с колоссальным политическим, экономическим, технологическим, культурным и идеологическим давлением со стороны стран Запада, а во-вторых, невозможно отрицать существующие проблемы, связанные с внутренней средой практически во всех сферах функционирования государства. Изложенные процессы происходят параллельно с деструктивными процессами в мировой экономике.

В настоящее время можно констатировать, что концепция развития глобальной экономики в капиталистическом русле себя исчерпывает. Объяснение этому авторы находят в начавшемся в 2020 году экономическом кризисе, который затронул все институты глобальной экономики (финансовые, политические, социальные и т.д.). Данный кризис показал неустойчивость каркаса всемирной экономики. В настоящий момент в мире наблюдается спад темпов экономического роста, повышение инфляции, снижение потребительской активности и существенная волатильность на энергетических рынках.

В дополнение в остром кризисе оказалась система международного права и ООН, как цементирующая организация в сохранении глобального баланса. К сожалению, в мировую повестку вернулись вопросы недопущения чрезвычайных экологических ситуаций и ядерной войны, обострилась проблема обеспечения продовольствием бедного населения земли (по данным ООН в 2021 году в мире было 828 млн голодающих и около 1 млрд человек не имеющих устойчивого доступа к воде, 2,4 млрд человек не имеющих доступа к надлежащим средствам санитарии) [3].

В существующем двухполюрье между Западом (в лице США и Европейского союза) и Азией (в лице Китая), Россия пытается найти свое самостоятельное место, которое позволит ей независимо и конкурентно развиваться. Для страны в целом предстоящее десятилетие является ключевым в вопросе сохранении суверенитета.

Назовем ряд проблем, которые характеризуют современную Россию в настоящее время:

1. Уже обозначенное выше давление со стороны стран НАТО и Европейского союза (сопровожающееся санкциями, контрсанкциями, нарушением логистических цепочек, уходом иностранного капитала, блокировкой счетов и резервов и т.д.);

2. Экономический кризис, выразившийся в падении ВВП, доходов, инвестиций, промышленного производства (рис. 1);



Рисунок 1. Экономика России 2016-2022 гг., в % [6]

3. Кризисное состояние науки (снижение численности персонала в научных организациях, занятого исследованиями, а также численности аспирантов и докторантов) (рис. 2).

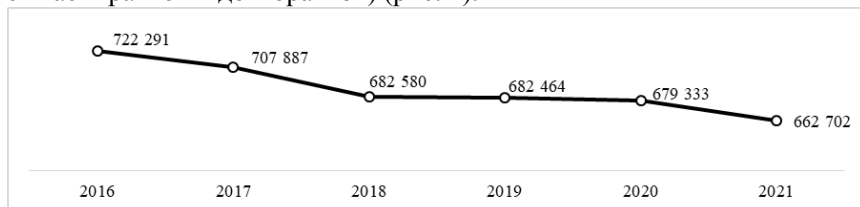


Рисунок 2. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, по категориям по Российской Федерации, человек [6]

С учетом сказанного считаем, что для России важно обратить внимание на повышение роли науки и наукоемких производств в экономике, поскольку в настоящий момент страна испытывает сложности, связанные с оттоком иностранного капитала и подготовкой высококвалифицированных специалистов.

Еще одной проблемой является идеологическая составляющая. В российском обществе есть неопределенность, связанная с непониманием стратегии развития страны и путей достижения целей в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

С учетом того факта, что космисты Н.Ф. Фёдоров, К.Э. Циолковский и конструктор С.П. Королев своими разработками и идеями в свое время определили высокое положение России в освоении космического пространства, важно сделать упор на развитие науки и в этом направлении.

Вполне очевидно, что XXI век переломный в истории человечества и именно в нем будут сделаны практические шаги по преодолению разрыва между природой и человеком, в освоении космоса, в обеспечении бесконфликтного существования людей на планете и реализации совместных проектов в экономике и науке.

Именно в этом и заключается основная идея космизма. В.И. Вернадский в своих работах обозначал, что человечество должно пройти путь от планетарного мировоззрения к космическому, при котором основным инструментом развития является наука и взаимодействие с космической средой, ее познание. Актуализация науки и вовлечение людей в исследования, открытие новых источников энергии – залог эффективного развития землян и перехода к ноосфере. Прогресс есть необратимое продвижение научного знания. С помощью науки человечество сможет подчинить себе вселенную и стать ответственным за ее судьбу [3].

К.Э. Циолковский считал, что будущее мира – это освоение космоса. Освобождение разумных организмов от зависимости их от среды обитания – одна из главных задач эволюции. Освоение космоса сможет объединить людей в цельное государство [1].

Еще в начале XX столетия К.Э. Циолковский был уверен в том, что новое тысячелетие будет озаменовано наступлением «космической эры» во всем – эры «космической философии», «космической науки» и «космической техники». Бесспорным примером, подтверждающим правомерность этого утверждения, являются разработки наших ученых в области ядерно-космических программ, возникших в связи с неотвратимыми потребностями промышленно-энергетического выхода в космос [4]. Наши отечественные космисты одними из первых поставили вопрос о космизации этики, полагая, что все проблемы человеческого бытия нужно рассматривать, учитывая взаимовлияние космоса и человека. Ценность научных идей русских космистов состоит не только в изучении взаимодействий человечества и космоса, но, главным образом, в формировании антропокосмического мировоззрения, определяющего особое отношение к природе Земли и самого человека. Прагматический подход к природе оборачивается потерей равновесия между материальными и духовными ценностями. В современной философии происходит переосмысление концепции привилегированного положения человеческого разума и постулатов классической науки. Лишь по достижении

определенного уровня социального и индивидуального совершенства человечество начнет изучать и осваивать космос, продвигаясь все далее и далее в его глубины. Именно здесь, в заселенном космосе человечество, разум вообще, достигает предельных высот в своем развитии, именно здесь достигается личное совершенство [2].

В конце XX – начале XXI века стало понятно, что космос не представляет собой нечто неизменяемое и статичное. Он не стоит на месте, живет и движется. Как показывает жизнь, только через познание космических законов можно прийти к научно-обоснованному, закономерному и единственно возможному пути развития в долгосрочной перспективе.

Россия при разумном подходе может стать основоположником новой модели развития мира и всего человечества, где ключевое внимание уделено науке и покорению космоса. Именно акцент на приоритетные сферы науки способствует будущему развитию экономики, технологий и, как следствие, росту уровня жизни на планете.

В связи с вышеперечисленным напрашивается следующий план действий:

1. Повысить приоритет науки, увеличить финансирование исследований, уделить внимание повышению эффективности системы образования, сделать работу ученого наиболее престижной;

2. Принять в качестве целей стратегического развития России – развитие высокотехнологических производств, космической отрасли и разработку альтернативных источников энергии, внедрение технологий мирного атома;

3. Разработать программу дальнейшего изучения и освоения космического пространства, привлечь всех заинтересованных зарубежных стран к работе по этому направлению;

4. В целом, учитывая особое положение космизма в России (именно Россия является родоначальником этого явления), его ориентированность на стремительное развитие науки, на изучение космических законов и пространства, предлагаем поддержать инициативу клуба русских космистов (г. Москва, г. Боровск, г. Калуга и др.) создать в г. Боровск Калужской области – центр русского и мирового космизма.

Этот выбор объясняется тем, что в этом древнем русском городе жил К.Э. Циолковский, работавший здесь преподавателем с 1880 по 1892 годы. Ранее здесь жил и учительствовал уникальный философ и религиозный мыслитель Н. Ф. Фёдоров, впервые в мире поставивший вопрос об освоении космического пространства. Таким образом, особо подчеркнем, что именно Калужская область в лице г. Боровск сыграла ключевую роль в становлении космизма как научного направления будущего.

Россия со своим накопленным багажом знаний по космизму может предложить миру новый подход в решении глобальных проблем. Всему человечеству необходимо задуматься над преодолением экологической проблемы, масштабы которой угрожают существованию нашей планеты. Для решения этой грандиозной задачи нужно подключать все страны мира, все организации и действовать как единый слаженный механизм. Необходимо прийти к пониманию, что восстановление природного равновесия в мире возможно только путем отхождения от мнения, что никого важнее, чем человек, на земле нет. Политика международных организаций, таких как ООН, должна ориентироваться на борьбу с голодом во всем мире, на развитие форм взаимодействия между крупнейшими участниками международной политики. Создание правозащитных, экологических, миротворческих организаций – базовая деятельность международных организаций. В современном мире существует огромное количество глобальных проблем, решение которых имеет первоочередное значение для жизни всего человечества [2].

Все вышеперечисленное предполагает ряд конкретных шагов, необходимых для преодоления тупика в дальнейшем существовании жизни человека на Земле.

Литература:

1. Антоненко В.И., Кирилина Т.Ю., Смирнов В.А. Социокультурные аспекты цивилизационного развития // Социально-гуманитарные технологии. 2016. № 1 (01).
2. Ахмедова З.А., Николаев В.И., Глобальные проблемы человечества в русском космизме. В сборнике: Русский космизм: история и современность. сборник трудов по материалам III Всероссийской научно-практической конференции. Под общей научной редакцией Т.Ю. Кирилиной. 2018. С. 80-84. <https://ies.unitech-mo.ru/files/upload/publications/15440/40c5cb94bd9a32e5afd98655d55b3341.pdf>
3. Башкова, Н.В. Преображение человека в философии русского космизма: монография/Н.В. Башкова. -М.: Директ-Медиа, 2013. -273 с.
4. Острецов И.Н. Введение в философию ненасильственного развития/ И.Н. Острецов М.: Концептуал, 2022. – 364 с. ISBN 978-5-907472-33-4
5. Хабибуллина, З.Н. Русский космизм: учебное пособие/З.Н. Хабибуллина. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. -184 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3661-; то же. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273614> (31.10.2022). EDN: UDIKUX
6. Официальный сайт государственной статистики Росстат, режим доступа: <http://www.gks.ru/>(дата обращения: 25.11.2022).

ВАЛЕРИАН МУРАВЬЁВ И НИК ЛАНД: ОВЛАДЕТЬ СПИРАЛЬЮ ВРЕМЕНИ

Атрохин А.М.,

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье рассматриваются концепты относительно овладением временем у таких, на первый взгляд очень разных философов как Валериан Муравьев и Ник Ланд. Маргинальные философы своих эпох, их выводы оказываются практически идентичными. Оба философа ищут путей преодоления энтропии, путем управления движением времени.

Ключевые слова: овладение временем, энтропия, урбанизм, математика.

CONQUERING OF TIME ACCORDING TO VALERIAN MURAVIOV AND NICK LAND

Атрохин А.М.,

PhD {Philology}, associate professor of the Department of Foreign Languages
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article deals with the concepts time conquering by at first glance very different philosophers as Valerian Muraviov and Nick Lund. Marginal philosophers of their eras their conclusions are almost identical. Both philosophers are looking for ways to overcome entropy by controlling the movement of time.

Key words: time conquering, entropy, urbanism, mathematics.

Традиционно считается что место национальной философии (по образцу немецкой классической философии или французского пост-структурализма) в России занимает литература. Частично с этим можно согласиться. Однако несмотря ни на что литература все равно имеет свои ограничения и поэтому оказалась все же неспособной стать интеллектуальным движением. Про русскую академическую философию не стоит и говорить, вряд ли не узкий специалист вспомнит сейчас хотя бы вспомнит имя хоть кого-то из ее представителей. Так называемые религиозные философы Серебряного века, начиная с Соловьева тоже не прошли проверку временем.

Единственным направлением не просто живым, но и активно развивающемся в мире стал русский космизм. Маргинальный во время сво-

его появления, погребенный под плитами марксизма-ленинизма впоследствии, казалось бы, русский космизм обречен на то что бы стать музейной безделушкой.

Однако именно русский космизм оказался единственным созданным в России и абсолютно независимым течением мысли, которое продолжает развиваться и завоевывать мир.

Созданные на исходе XIX в. скромным библиотекарем концепты сейчас, например, стали официальной идеологией магнатов Кремниевой долины.

По нашему мнению, русскому космизму помогла именно маргинальность. Не имея связей с магистральными, а, следовательно, обреченными на устаревание течениями, русский космизм оказался вне времени, а, следовательно, в будущем.

Поэтому нам кажется разумным сопоставление представителей русского космизма именно с маргинальными в других философских культурах фигурами. В данной статье мы рассмотрим концепт «время» у Ника Ланда [5] и Валериана Муравьева [1].

И Ланд и Муравьев подходят к рассмотрению времени через определение энтропии-как-смерти.

В 1965 году Роберт Оппенгеймер размышлял о своем опыте при первом испытании на атомную бомбу, сказав, что он напоминает зловещие слова Кришны из Бхагавад Гиты: «Я стал смертью, разрушителем миров». Однако версия Оппенгеймера нельзя назвать правильной. В академических переводах эта строка звучит как «Я стал временем, разрушитель миров». Неправильное перевод «смерть» вместо «время» может показаться странным, но в определенном смысле время и смерть - очень похожие явления; Оба тесно связаны с физической концепцией энтропии (об этом говорил Муравьев).

Смерть не обладает собственной отологией. Для живого организма умирание – это остановка действия составляющих его элементов, что ведет к распаду единой системы. Смерть – это всегда распад какой-то ранее существующей целостности. Космологи говорят о «тепловой смерти» вселенной – это некий гипотетический сценарий в ходе, которого материя и энергия настолько равномерно распределяются по всей вселенной, что любой произвольно взятый ее «кусочек» становится равен любому другому такому же «кусочку». Такая гомогенизация к исчезновению событий и к разрушению всех связанных систем.

События, согласно Делёзу и Гваттари (одними из главных влияний на Ланда) требуют асимметричного организации материи и энергии. Всякая гомогенность означает конец жизни.

После тепловой смерти перестает существовать и время. Ведь, по крайней мере в представлении современной физики, время это не нечто внешнее по отношению к вселенной, но время находится внутри нее (единство пространства-времени) и, следовательно, прекращение существования вселенной означает и прекращение времени.

Рассеивание энергии - это не просто то, что происходит; Это, в корне, единственное, что когда-либо случается. Это то, что дает нам второй закон термодинамики: вещи всегда имеют тенденцию разваливаться, энергия всегда имеет тенденцию рассеиваться; другими словами, энтропия имеет тенденцию увеличиваться в закрытой системе, где она означает рассогласование системы или «рассеивание». Это статистический закон, а не абсолютный, но на общем уровне он настолько неприкосновенен для того, что он может быть необходимым и абсолютным. Неизбежно вытекающий из всего этого факт – все во вселенной умирает. Ключевой вопрос заключается в том, как можно избавиться от смерти. Такой вопрос ставят и Ланд и Муравьев.

В отличие от пространства, время имеет направление: прошлое до настоящего, настоящее до будущего. Мы можем идти назад и вперед в пространстве, но время, кажется, всегда движется по прямой линии. Эта направленность времени вытекает из второго закона термодинамики: поскольку естественная тенденция всего состоит в том, чтобы распасться, и, поскольку изменение зависит от этого процесса рассеивания, направление времени - это просто вектор, вдоль которого все разваливается. Пройти вперед со временем - значит раствориться.

Наше восприятие того, разрушается ли что-то или нет, позволяет нам судить о направлении времени.

Тем не менее, как указывает Ланд, такие процессы как, скажем, прокручивание назад видеозаписи с разбивающимся стаканом встречаются вокруг нас постоянно, мы просто в силу привычки этого не замечаем. Например, когда построен огромный многоквартирный жилой комплекс - это огромное увеличение в порядке, а, следовательно, и столь же огромное снижение энтропии. Беспорядочно существующие материалы были упорядочены и превращены в здание. Почему это менее удивительно чем «самовосстанавливающейся» стакан на пленке? Очевидный ответ заключается в том, что здание было построено «вводом» энергии и посредством людей, но это просто заменяет одно поразительное явление еще одним еще более поразительным - человеческой упорядоченностью.

Порядок всегда поддерживается энтропийным рассеиванием. По крайней мере, в макроскопическом масштабе что-то еще всегда должно

развалиться, чтобы заплатить за увеличение порядка. Этот растворение фона поддерживает выявленный упорядоченный слой, образуя сложную систему. Ланд хочет перевернуть концепцию времени: если направление время просто является функцией того, развалится ли вещи или нет, то сокращение энтропии похоже на развороты во времени. Можно сказать, что сложная негаттропная система, такая как человек, полагается на создание аномалии времени, временного и локального изменения направления времени.

Это не так просто, как кажется. В своих семинарах по биткойнам и философии Ланд [6], сравнивает это локальное изменение времени с вихрями. Вихрь - это небольшие временные изменения потока в воде. Это локальные развороты, поддерживаемые общим базовым потоком в основном направлении потока. Это возникающие явления, зависящие от основного рассеивания, но они являются реальными изменениями потока. Точно так же негаттропные процессы, такие как жизнь, экономическое развитие, накопление интеллекта и т.д, можно рассматривать как временные локальные изменения в течение времени: негаттропные процессы как вихри жизни в реке времени смерти.

«Города - это машины времени пишет Ланд, в своей краткой монографии «Templexity» [5]. Это довольно странное утверждение имеет большой смысл. Как и организмы, города являются сложными негэнтропическими системами. Возможно, смотрящему на землю из космоса инопланетному существу постоянно мерцающие огнями расширяющиеся города показались бы неким живым металлическими существами

Здесь мы встречаемся с двумя любимыми Ландом идеями: (1) концепция конвергенции волн и (2) идея о том, что такие волны представляют собой своего рода анимистическое самосовершенствование и «возвращаются» во времени. Конвергентная волна лучше всего понять в сравнении с ее противоположностью: дивергентной волны. Дивергентные волны - это волны, которые рассеиваются, которые распространяются. Когда вы бросаете камень в пруд, созданные волны распространились от того, где попал камень, и постепенно становится меньше, пока они не исчезнут. Представьте себе, если волны начались по краям и пришли к центру, стануть больше, когда они приближались; Это сходящаяся волна.

Возможно, тогда мы сможем думать о городах как о огромных машинах. Города, посредством динамических схем обратной связи, создают петли, которые эффективно производят время. Мы могли бы подумать, что основным продуктом городов является капитал, товары,

сети или инфраструктуру, но на самом деле их основным продуктом является время. Если старение (которое в конечном итоге является тем же, что и умирание) -это процесс, посредством которого сложные структуры распадаются и разрушаются, то города являются гигантскими антивременными устройствами.

Итак, схемы обратной связи, которые работают в городах в основном отрицательными/гомеостатическими, то есть они просто предназначены для поддержания? Нет. Город не просто продолжает существование, он растет, и чем сильнее его расширение, тем эффективнее эта схема. Города представляют (поскольку они работают на временном масштабе людей и промышленных машин), не перерастают в бесконечность в одно мгновение, а вместо этого выполняют медленное (но ускоряющее) сжигание.

Ускорение – это вторая производная функция времени, т. е. скорость, изменения чего-либо. Согласно теории относительности, движение с постоянной скоростью и нахождением на месте неразличимы. Таким образом, то, что мы субъективно воспринимаем как «скорость», на самом деле является ускорением. Ланд имеет тенденцию использовать понятие ускорение в качественном, а не количественном смысле, чтобы относиться как к явлению, так и к ощущению того, что вещи быстро ускоряются. Акселерационизм Ланда – это мировоззрение, построенное не на теории интеллекта или капитала, а на теории времени.

Ранее мы отмечали, что положительная цикличность, присущая городам и человеческой цивилизации, их бурлящая нелинейная эскалация и взрывной рост головокружительны, но не ошеломляющи, потому что привязаны к человеческой временной шкале. Однако, чем больше человеческая экономика будет полагаться на машины, тем больше вещей будет происходить за счет машинного времени. Машины, как правило, отличаются высокой скоростью: например, самый быстрый в мире суперкомпьютер может выполнять сто миллиардов миллионов операций в секунду. Экономика, переходящая на машинное время, кажется человеку огромным ускорением.

Вот почему в своем эссе «Телеоплексия» Ланд говорит, что «ускорение есть техническое время», а также называет его «временной структурой накопления капитала».

Поразительно, но практически все концепции Ланда практически аналогичны концепциям Муравьева. Интересно что место «города» у Муравьева занимает математика; с помощью математизации космоса (а ведь Муравьев писал в 30-х, даже не то что до цифровой эпохи, но в

приципе до изобретения компьютера!), человечество сможет овладеть движением времени и таким образом выйти из энтропии в негэнтропию.

Такое схождение мыслителей, разделённых не только во времени, но и в своей философской генеалогии говорит о том реальном существовании, казалось бы, чисто философских концептов.

Литература:

1. Муравьев В.Н. Овладение временем Москва, РОСПЭН 1998
2. Douglas Rushkoff Russian Cosmism and how it informs today's religion of technology [режим доступа] <https://blog.p2pfoundation.net/russian-cosmism-and-how-it-informs-todays-religion-of-technology/2019/01/17>
3. Land, Nick "The Dark Enlightenment", 2009 [электронное издание]
4. Land, Nick. "An Introduction to Urbanomy" // Reignition: Tome 1. 2020. [электронное издание]
5. Land, Nick Templexity: Disordered Loops through Shanghai Time, 2014 [электронное издание]
6. Land, Nick "Bitcoin & Philosophy". Seminars give for the New Centre for Research & Practice, 2015 [частная видеозапись]
7. Land, Nick "A Quick-and-Dirty Introduction to Accelerationism". [режим доступа] <http://jacobitemag.com/2017/05/25/a-quick-and-dirty-introduction-to-accelerationism/>

К ВОПРОСУ ОБ ИДЕЙНЫХ ИСТОКАХ КОНЦЕПЦИИ ТРАНСГУМАНИЗМА

Скворцова О.В.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин

Аренд О.Ю.,

старший преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Авторы статьи обращаются к вопросу об идейных истоках концепции современного трансгуманизма. Анализируются истоки и эволюция трансгуманизма и его связь с идеями русского космизма. В статье даны определения современного трансгуманизма и космизма. Проводится сравнительный анализ двух мировоззрений на основе изложения ключевых идей философии русского космизма и концепции трансгуманизма. Также в статье представлены основоположники русского космизма и трансгуманизма. Авторами сделан вывод о том, что главная идея русского космизма и трансгуманизма – идея бессмертия и приведены характерные отличия этих мировоззрений.

Ключевые слова: трансгуманизм, русский космизм, глобальные проблемы, идея бессмертия, гуманизм, антигуманизм.

ON THE QUESTION OF THE IDEOLOGICAL ORIGINS OF THE CONCEPT OF TRANSHUMANISM

Skvortsova O. V.,

PhD {History}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social
Disciplines

Arend O. Y.,

senior lecturer of the Department of Humanitarian and Social Disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The authors of the article turn to the question of the ideological origins of the concept of modern transhumanism. The origins and evolution of transhumanism and its connection with the ideas of Russian cosmism are analyzed. The article gives definitions of modern transhumanism and cosmism. A comparative analysis of two worldviews is carried out on the basis of the presentation of the key ideas of the philosophy of Russian cosmism and the concept of transhumanism. The article also presents the founders of Russian cosmism and transhumanism. The authors conclude that the main idea of Russian cosmism and transhumanism is the

idea of immortality and the characteristic differences between these worldviews are given.

Key words: *transhumanism, Russian cosmism, global problems, the idea of immortality, humanism, anti-humanism.*

Сегодня, в условиях надвигающихся глобальных угроз, перед человечеством как никогда остро стоит вопрос о перспективе его дальнейшего существования. Глобальные проблемы, с каждым годом набирающие обороты, требуют от человечества практического подхода к их решению на основе согласованных действий, общепланетарного сотрудничества. Однако несмотря на очевидное, у человечества еще окончательно не произошло осознание общей ответственности за сохранение и продолжение самой жизни на Земле. Позиция государств в этом отношении часто ограничивается стремлением к обеспечению безопасности в пределах своей территории. При таком подходе возрастает риск возникновения реальности, когда человечество не сможет предложить достойный ответ на вызов в чрезвычайной ситуации вследствие отсутствия навыков скоординированных действий при решении задачи общемирового значения. Человечество будет становиться все более беспомощным перед прогрессирующими глобальными проблемами.

В современной науке общепринятым является представление о происхождении глобальных проблем как о результате дефицита осмысления обществом достижений научно-технического прогресса. Так, академик И.Т. Фролов писал в частности, что это отставание «нашло свое выражение в том, что сегодня принято называть технократическими перекосами», требующими анализа с социальной, культурной, человеческой, гуманистической точек зрения любого сколько-нибудь серьезного научно-технического или инженерно-технологического проекта до его реализации [3]. На протяжении XX века наблюдалось агрессивное вторжение технологической цивилизации в естественную среду человеческого обитания. Производство искусственных материалов кардинально изменило облик современного жилища человека, в котором практически полностью отсутствуют натуральные материалы. Тогда же получает развитие идея о возможном проникновении искусственных материалов и «во внутрь человека». Оживляется индустрия замены естественных органов искусственными. Бурное развитие происходит и в информационной технике. Компьютерные технологии захватывают все пространство культурной сферы: науку, искусство, образование, СМИ и другие. Повсеместное внедрение информационных технологий отвечало запросам человечества в его стремлении сделать жизнь максимально комфортной и желании переложить грязную и тяжелую работу со своих

плеч на машину. Создание огромного количества технических изобретений открыло перед человечеством возможность преобразовывать естественную среду по своему желанию. Человечество восторжествовало над временем и пространством. Человечеству стало под силу устраивать собственную жизнь на Земле по своему произволу. А вот уже появляется и идея создания искусственного интеллекта, восприимчивого к самообучению. Все реальнее становится воплощение мечты о создании искусственного существа, имитирующего человека. Затем настанет время роботов, производящих самих себя. Постепенно это существо, первоначально задуманное как помощник, станет играть все большую роль в жизни человечества. Возникает обоснованный вопрос: а не превратится ли он в соперника в плане бытия человека? В этом и заключается серьезная опасность бездумного использования достижений научно-технического прогресса. Поэтому перед человечеством стоит задача в осмыслении того, каким путем идет наука, куда движется человечество, что требуется сделать для того, чтобы не допустить появления угроз, вызванных технологическим прогрессом.

В современных дискуссиях вокруг этих вопросов ключевое место занимает относительно новое, набирающее популярность, мировоззрение – трансгуманизм. Трансгуманизм – философская концепция о возможности бесконечного совершенствования человека на основе научно-технического прогресса [5]. Трансгуманизм нельзя назвать завершенной концепцией, содержащей готовые ответы на главные философские вопросы. «Трансгуманизм, – пишет Ник Бостром, один из наиболее известных теоретиков этого движения, – не является застывшим набором догм. Это эволюционирующее мировоззрение, или скорее, семейство эволюционирующих мировоззрений, поскольку трансгуманисты часто расходятся во мнении друг с другом по многим вопросам. Трансгуманистическая философия, находящаяся пока еще только в стадии становления, должна продолжать развиваться в свете нового опыта и новых возможностей. Трансгуманисты готовы, узнав, где они ошибались, соответствующим образом скорректировать свои взгляды» [2].

Становление движения трансгуманизма в XX веке было обусловлено новым этапом научно-технической революции. Развитие новых методов в биологии и компьютерной техники давали человечеству надежду на радикальное улучшение жизни человека при помощи науки и технологии. Сам термин «трансгуманизм» был введен английским биологом в 1957 году Джулианом Хаксли. Ученый был сторонником распространения гуманистических идей. Будучи одним из идеологов Международного гуманистического и этического союза Дж. Хаксли

пропагандировал идеи гуманизма, атеизма, рационализма и поддерживал моральные учения, не связанные с религией. На дальнейшее развитие трансгуманизма оказали влияние идеи крионики, которые приобрели популярность в 60-е годы XX века. Не последнюю роль в становлении трансгуманизма сыграли публичные выступления и работы ученых, положивших начало основам компьютерной техники: А.Тьюринга, Дж.фон Неймана и философа Тоффлера. Также к числу известных сторонников трансгуманизма можно отнести и Р. Курцвейля -предпринимателя, инженера и изобретателя. В 70-годы XX века Курцвейль разработал систему считывания текстов для слепых, а также изобрел синтезатор Kurzweil, который помог создать характерный для 80-х звук, основанный на сэмплах [1]. В 90-е годы XX века продолжался рост числа последователей движения в разных странах. В начале XXI века трансгуманизм проникает в Россию. Сегодня идеи трансгуманизма приобретают широкую популярность и распространение по всему миру, вызывая интерес не только у философов, но и политиков, бизнесменов. Так что же предлагают человечеству трансгуманисты?

В документе, составленном ведущими представителями движения, трансгуманизм определяется как «рациональное и культурное движение, утверждающее возможность и желательность фундаментальных изменений в положении человека с помощью достижений разума, особенно с использованием технологий, чтобы ликвидировать старение и значительно усилить умственные, физические и психологические возможности человека» [5]. В сфере интересов трансгуманистов вопросы продления жизни, преодоления старения, страданий, смерти. На первый план выходят задачи преодоления биологической обусловленности человеческого существа и достижения бессмертия. Принимая во внимание теорию Дарвина, трансгуманисты рассматривают человека как незаконченный продукт эволюции, возводя идею бессмертия в цель человечества. Высшая ценность – это «сверхжизнь», в модифицированном бытии будущего. Превращение человека в нечто иное, радикальное, «постчеловека». Это уже не человек в традиционном понимании. Передовые технологии изменяют людей. В условиях неограниченной управляемой эволюции человек становится объектом для эксперимента. А значит, эксплуатация объекта не остается в рамках нравственности, а определяется экспериментатором, который по-своему трактует права человека. В этом эксперименте отсутствуют границы между живым и неживым, естественным и искусственным. Здесь нет места ценностям, нравственным установкам, существующим в обществе. У человека отсутствует

выбор: либо он превращается в «постчеловека», либо в бесправного и лишенного всякой свободы человека.

Трансгуманизм настойчиво пробивает себе дорогу в России. Последователи трансгуманизма в России достаточно активны, и некоторые из них позволяют себе утверждать, что идеи, которые относят к трансгуманизму, корнями уходят в Россию, в начало XX века, в философию космистов. Но так ли это на самом деле?

Русский космизм – это одно из направлений в философии, возникшее в середине XIX века как результат взаимодействия естественных и гуманитарных наук. Согласно воззрениям «космистов, Человек и его Разум – это порождение Космоса. Человек не только испытывает на себе влияние Космоса, но и, будучи носителем Разума, становится участником развития мира и оказывает воздействие на это развитие, причем темпы этого воздействия таковы, что могут создавать проблемы, общие для всего человечества» [6]. Теории и идеи философов-космистов проникнуты обеспокоенностью отсутствием необходимого осмысления неизбежных последствий научно-технического прогресса. Так в учении В.И. Вернадского о ноосфере можно увидеть не только системный взгляд на пути развития науки, но и услышать предостережения об угрозах, вызванных безудержной модернизацией техники без учета возможных последствий. Вернадский В.И., характеризуя процесс эволюции биосферы и ее перехода в ноосферу, указывал на возрастающую роль преобразующей деятельности человека и предостерегал о неминуемых негативных последствиях. По точному замечанию Н.Н. Моисеева, «еще в начале XX века В.И. Вернадский сказал главное: человек может иметь будущее лишь в том случае, если примет на себя ответственность не только за развитие общества, но и биосферы в целом» [6]. Космисты не только видели эти опасности, но и предлагали средства для решения этих проблем. Так отец-основатель русского космизма Николай Федорович Федоров утверждал, что человечеству необходимо обеспечить гармоничное развитие человека и природы, уйти от конфронтации. «Природа нам враг временный, а друг вечный, потому что нет вражды вечной, а устранение временной есть наша задача, задача существ, наделенных чувством и разумом». [6] Также Н.Ф. Федоров предвидел и опроверг убеждение о том, что создание оружия массового уничтожения может стать гарантом безопасности. «Адская технология, производящая орудия истребления, для оправдания своего существования хочет видеть в крайней истребительности своих орудий сильнейшее средство против войны, т.е. хочет уверить в этом всех, забывая или скрывая при этом, что вооруженное состояние, постоянное ожидание войны не лучше, если не

хуже, самой войны».[6] По мнению философа достигнуть международную стабильность возможно только в случае отказа государств от содержания вооруженных сил и перехода к созиданию, обращению к идеи всеобщего братства. Последний тезис воплотился в концепции «общего дела». «Общее дело» по Н.Ф. Федорову – это воскрешение, достижение бессмертия. Идея бессмертия основана на представлении о вечности существования жизни и разума. Идея бессмертия -это новое представление прогресса, который реализуется в самой природе человека, в отличие от технического прогресса. В целом, общими идеями космистов были: бессмертие, единство Вселенной, вера в безграничные возможности человека, обладающего разумом, освоение Космоса.

Подводя итог, отметим, что русский космизм и трансгуманизм объединяет несколько общих идей: преодоление старения, болезней и смерти, расширение возможностей человека. И те, и другие считают, что человек -это продукт незавершенной эволюции, а потому главная цель и проект человечества – это бессмертие. На этом сходство заканчивается и начинаются принципиальные отличия. Космисты и гуманисты по-разному понимают ценность жизни. Для космистов жизнь человека – это высшая ценность, а для трансгуманистов высшая ценность – это «сверхжизнь» в преобразованном бытии будущего. Трансгуманисты апеллируют к совершенствованию способностей человека, преодолению биологической природы через отделения сознания от физического тела и достижения бессмертия. В русском космизме человек понимается иначе, - это не лишенная души механическая конструкция, а тайна, которую надо разгадать. «и ежели будешь разгадывать ее всю жизнь, то не говори, что потерял время; я занимаюсь это тайной, ибо хочу быть человеком.» -отмечал Ф.М. Достоевский [4].

«Как сказал позднее В.А. Легасов, наука и техника для русских космистов была лишь средством выражения высочайшей степени их нравственности» [3].

Литература:

1. Биргит Менцель Предоставить право на жизнь и мертвым «Предоставить право на жизнь и мертвым» Филолог Биргит Менцель о русских космистах и идеях футурологов Курцвейла и Капра: Лекторий: Библиотека: Lenta.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2015/08/09/cosmism/?ysclid=lcnyhduxlr31000106> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
2. Демин И.В. Русский космизм в перспективе трансгуманизма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nffedorov.ru/w/images/d/d1/Demin-Russkij-kosmizm-v-perspektive-transgumanizma> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)

3. Пряхин В.Ф. Русский космизм и трансгуманизм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkiy-kosmizm-i-transgumanizm/viewer> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
4. Суслов А.В. Русский космизм и трансгуманизм в полемике между антропологическим волюнтаризмом и провиденциализмом // Философская мысль. – 2021. – №8. с.65-77 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=35781 (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
5. Трансгуманизм. Православный портал. Азбука веры. Трансгуманизм - Православный портал «Азбука веры» (azbyka.ru) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://azbyka.ru/transgumanizm> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
6. Усольцев В. «Русский космизм» и глобальные проблемы современности. УСОЛЬЦЕВ В. "Русский космизм" и глобальные проблемы современности. Газета "Наука Урала" N28-30 (827-828), декабрь, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.uran.ru/gazetanu/2002/12/nu29_30/wvmnu_p10_29_302002.htm?ysclid=lc9k1ecx6n257205659 (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
7. Нуфер А.И. Связь русского космизма и трансгуманизма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1591084543> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)

Н. В. ТИМОФЕЕВ-РЕСОВСКИЙ: ТЕРНИСТЫЙ ПУТЬ К ПОЗНАНИЮ БЫТИЯ

Скворцова О.В.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Статья посвящена личности выдающегося ученого -генетика, основоположника феногенетики, радиобиологии и биогеоценологии. Автор описывает жизненный путь ученого с детских лет и до смерти. Подробно анализируя каждый этап жизненного пути Н.В. Тимофеева -Ресовского, автор акцентирует внимание на личных качествах, которые в большей степени отразились в его научной деятельности. Автор делает вывод о том, что научные достижения Н.В. Тимофеева-Ресовского невозможно переоценить.

Ключевые слова: легендарная личность, биосфера, радиобиология, генетика, биосферные процессы.

N.V. TIMOFEEV-RESOVSKY - THE THORNY PATH TO THE KNOWLEDGE OF BEING

Skvortsova O. V.,

PhD {History}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article is devoted to the personality of an outstanding geneticist, the founder of phenogenetics, radiobiology and biogeocenology. The author describes the scientist's life path from childhood to death. Analyzing in detail each stage of the life of N.V. Timofeev -Resovsky, the author focuses on personal qualities that are more reflected in his scientific activity. The author concludes that the scientific achievements of N.V. Timofeev-Resovsky cannot be overestimated.

Key words: legendary personality, biosphere, radiobiology, genetics, biosphere processes.

Николай Владимирович Тимофеев - Ресовский- известный ученый -генетик, биолог, биофизик, эколог XX века. Сегодня он признан в мировом научном сообществе, его имя включено в число выдающихся ученых мира. Николай Владимирович Тимофеев-Ресовский был не просто талантливым ученым, он был неординарной личностью. Он был фи-

лософом, блестяще знал мировую культуру, обожал русскую литературу, историю и музыку. О нем написано много книг, сняты фильмы. Еще при жизни его называли человеком- легендой.

Родился Н.В. Тимофеев-Ресовский 7 (20сентября) 1900 года в Москве. Поскольку родственники ученого славились долголетием, то историю своей семьи и события XIX века он узнавал не из книг, а из уст непосредственных участников событий того времени. А ведь в роду Тимофеевых -Ресовских было так много знаменитых личностей. Адмиралы Сенявин, Невельской, Нахимов приходились ему родственниками. Детство ученого прошло сначала в Москве, а затем в Киеве, куда семья переехала в 1908 году, так как отца перевели на новое место службы. Воспитанием сына занималась в основном мать, а отец находился в постоянных разъездах: «построил он в бывшей Российской империи около 15 000 верст железных дорог и был крупным инженером-путейцем, создавшим своего рода практическую школу инженеров» [1]. Казалось бы, все свидетельствовало о том, что сын должен был пойти по стопам отца, выбрав стезю инженера. Однако в летние месяцы Николай проводил время в Калужской губернии, в имении предков по материнской линии. Именно там зародилось чувство любви к природе. Его настольной книгой становится «Жизнь животных» А.Э. Брема, все тома которой он почти знал наизусть. Он увлекся зоологией. Любопытный юноша совершает экскурсии на разные водоемы: не только Днепр, но и малые реки и озера. Вскоре он уже самостоятельно собирает зоологический материал. В его коллекции были образцы птиц, рыб, ракообразные, водные блохи и другие. После смерти отца в 1914 году, семья была вынуждена вернуться в Москву. Именно тогда судьба свела Н.В. Тимофеева -Ресовского с двумя интересными людьми: И.Ф. Огневым - профессором гистологии медицинского факультета Московского университета и М.В. Нестеровым - известным художником того времени. Вместе они проводили субботние и воскресные вечера в московских церквях. В этих увлекательных путешествиях юноша познавал археологию, историю и искусство постройки московских церквей. Он слушал песни паломников и заучивал их наизусть. Сам он обладал прекрасным голосом. По воспоминаниям академика А.Т. Мокроносова «он знал много молитв и в церкви всегда подпевал. Особенностью его домашних рассказов было «хвастовство», что лучшие церковные басы готовились в его родных Масальском и мешерском уездах Калужской губернии» [2]. Однажды, когда его спросили: «Почему вы, имея такой голос, пошли в науку?».

Ответ получили неожиданный: «Да потому что тогда научных работников было немного и большого вреда своему отечеству они не принесли» [1].

Н.В. Тимофеев -Ресовский продолжает заниматься любимым делом. С сыном Огнева совершает поездки по центральной России, где не только знакомится с местами обитания целого ряда птиц в природных условиях, но и собирает ценный материал для Зоологического музея при Императорской Академии наук. Уже в те юные годы, будущий ученый ощущал себя зоологом и именно тогда впервые у него проявляется неоднозначное отношение к цивилизации. Его друзья вспоминали, что когда «собирались на совместные прогулки на велосипедах за город, он пробегал это расстояние «петушком», т.е. рядом. Тогда ему было 14 лет. Спустя годы, почти в 65 лет, Николай Владимирович пробегал в заповеднике впереди лошади в телеге десять-двенадцать верст туда и обратно. При этом специально спортом не занимался» [1].

Когда Николаю Владимировичу исполнилось 16 лет, тогда в Московском городском свободном университете им. А.Л. Шанявского, состоялось его знакомство с Н.К.Кольцовым. Эта была судьбоносная встреча. В лаборатории экспериментальной биологии, созданной Кольцовым, Тимофеев-Ресовский начинает заниматься экспериментальной зоологией. В эти годы под влиянием идей зоолога Кольцова, Николаем Владимировичем были заложены основы развития направлений, которые разрабатывались им в течение всей жизни.

Вспыхнувшая в России после Октябрьской социалистической революции гражданская война не могла не затронуть и жизнь ученого. На его долю выпали первые испытания: фронт, контузия в голову, брюшной тиф. Но в минуты затишья на фронте и в моменты, когда ему удавалось оказаться в Москве он возвращался к своему любимому делу - зоологии. В 1922 году Н.В. Тимофеев-Ресовский женился на Елене Александровне Фидлер, с которой он прожил всю жизнь. 1925 год стал переломным в судьбе ученого и его семьи. В этот год в Москву прибыл профессор Берлинского института мозга Оскар Фогт. Цель визита -помощь в организации в СССР всестороннего изучения мозга вождя революции -В.И. Ленина. Находясь в Москве, Фогт познакомился с работами генетиков Института экспериментальной биологии Кольцова, воодушевившись идеей организации в Берлине генетических исследований, обратился к Кольцову и Четверикову с просьбой порекомендовать ему кого-нибудь их толковых молодых ученых. Кольцов Н.К, не задумываясь, предложил кандидатуру Н.В. Тимофеева-Ресовского как самого талантливого своего ученика. Однако Тимофеев -Ресовский от предложения

отказался, сославшись на то, что и в России для него работы достаточно. После долгих уговоров, Кольцову все же удалось убедить Н.В. Тимофеева-Ресовского поехать в Германию. В мае 1925 года ученый вместе с семьей приезжает в Берлине и начинает работать в Институте исследований мозга в пригороде Берлина- Бухе. Научная деятельность Тимофеева -Ресовского в Берлине была самой творческой. Он посвятил ряд работ феногенетике, вместе с Еленой Александровной занимался исследованиями по популяционной генетике. Последнее позволило аргументировать идеи Четверикова С.С., которые тот приводил в работе «О некоторых моментах эволюционного процесса с точки зрения современной генетики» (1926). Работа в Германии открыла перед Тимофеевым-Ресовским возможность встретиться с выдающимися учеными того времени: генетиком Дельбрюком, цитологом Касперсоном, биологами Бауром, Штуббе, Эфрусси, Дарлингтоном. Все они были молоды, активны и полны научных идей. Проявлял интерес Николай Владимирович и к радиационной генетике. Еще в 30-е годы он первый предложил использовать свинцовые фартуки для защиты врачей-рентгенологов. Тогда же можно сказать, он почти кричал перед мировым сообществом о назревшей необходимости начать работу по изучению способов защиты населения от радиации.

В Германии после прихода к власти нацистов Н.В. Тимофеев-Ресовский продолжал заниматься наукой. «Мы очень мало замечали всё, что происходило в Германии. Вильгельм II – так Вильгельм II, Гитлер – так Гитлер, Гинденбург – так Гинденбург. Все немцы. Нам то что? Мы иностранцы, нас всё это не касалось так, как касалось немцев» [4]. Ему неоднократно предлагали сменить гражданство. Он был истинно русским человеком, очень скучал по Родине и не раз порывался вернуться в Советский Союз. Однако новости из Советского Союза приходили тревожные. В СССР начинается период гонений на науку. В 1935 году с должности руководителя Академии наук был снят Н.И. Вавилов. Кольцов подвергается постоянным нападкам. Школа генетиков в Москве разгромлена. Еще в 1929 году в ссылку был отправлен С.С. Четвериков. Братья Николая Владимировича также подверглись репрессиям. В 1937 году советское правительство предложило ученому вернуться в Советский Союз. Однако друзья предупредили об опасности возвращения в Советский Союз. Н.В. Тимофеев -Ресовский отказался вернуться на родину и продолжил работу в Бухе. «А потом началась война, уже нельзя было возвращаться, даже при полном желании, – вспоминал он. – Остался в качестве вражеского иностранца там. Меня особенно не тревожили. Я так долго уже прожил в Бухе, все меня знали, полиция меня

тоже знала. Когда стало известно, что иностранцы, которые живут в Германии, должны каждую неделю появляться в своем полицейском участке, чтобы зарегистрироваться, что они существуют, никуда не делись, никуда не убежали, я через неделю появился в Бухе в полиции. Начальник полиции, какой-то майор или подполковник полицейский, услышав, что это я, вышел из своего кабинета, поздоровались, он меня к себе утащил в кабинет, предложил чашечку кофе и сказал: “Знаете, герр доктор, ведь вы нас давно знаете, давно здесь живете, мы вас тоже давно знаем. Ну, что вам таскаться к нам. Я вам птичку буду ставить каждую неделю – и все”. Так больше я и не появлялся в полиции. Ставили мне птичку рукою самого начальника полиции» [4].

В годы Второй мировой войны сын Тимофеева-Ресовского был членом подпольной антинацистской организации в Берлине. В 1943 году его выдали предатели и он был заключен в берлинскую тюрьму. Николаю Владимировичу в обмен на свободу сына предлагали немецкое гражданство и возглавить руководство по реализации программы стерилизации славян радиацией. Он в резкой форме отверг данные предложения. Сын ученого немедленно был отправлен в концлагерь Маутхаузен, где погиб во время восстания в мае 1945 года. Находясь в Бухе во время Второй мировой войны, Николай Владимирович был среди тех, кто помогал скрывать преследуемых лиц еврейского происхождения, военных, русских, которые были вывезены на работу на германские заводы. В сентябре 1945 года Н.В. Тимофеева-Ресовского задержали сотрудники опергруппы НКВД и этапировали в Москву. Некоторое время он находился в тюрьме НКГБ, где чекисты пытались узнать на какую же страну он работал. В июле 1946 года Н.В. Тимофеев -Ресовский Военной коллегией Верховного суда РСФСР был приговорен к 10 годам лишения свободы по обвинению в измене Родине. Жена, младший сын все еще оставались в Германии.

Карагандинский лагерь – это был один из крупнейших концлагерей на территории СССР. Несмотря на жуткие условия, жестокое обращение и непосильный труд, Н.В. Тимофеев-Ресовский не оставил практику «коллоквиев». Он продолжает читать лекции. В 1947 году в Советском Союзе началась работа по созданию атомной бомбы. Вот тогда и вспомнили о специалисте по радиационной генетике. Больного последней стадией пеллагры Н.В. Тимофеева Ресовского перевели из Карлага в шарагу -специально созданную закрытую лабораторию «Объект 0211», на Южный Урал. В этой шарашке вместе с Николаем Владимировичем оказались не только русские ученые, но и ученые, работавшие с ним в Германии. Он продолжал исследования в области биофизики и

радиационной биологии. Велась активная работа, было проведено много экспериментов. Но опубликовать ничего нельзя было. Во-первых, в стране был полный запрет генетики. Во-вторых, никто как из советских ученых, так и зарубежных не знали, что стало с Тимофеевым-Ресовским: в Германии он был или погиб. Его как бы не существовало. Это было главное условие его работы.

Наступил 1953 год. Смерть Сталина. И вот в конце 1953 года ему сообщили о снятии судимости. «Я помню, – писал Николай Владимирович, – в конце 53 года, после смерти Сталина, когда пришло мне снятие судимости, вызвали меня в Касли, там какой-то генерал-лейтенант МВД сидел в кабинете первого секретаря каслинского района, один. Я вхожу, он встает, из-за стола выходит, жмет мне руку, говорит: «Поздравляю». Вручает мне эту бумагу с большой печатью: «Президиум Верховного Совета: ...» – и всякая такая штука и говорит: «Николай Владимирович, будем считать всё бывшее небывшим». Я жму ему руку и говорю: «Включая пеллагру, ваше превосходительство». [4]. После освобождения из лагеря, несмотря на подорванное здоровье, он не сдался, продолжил исследования, возглавив отделение института биологии филиала Академии наук в Свердловске. В институте ученый обратился к изучению вопросов о воздействии радиоактивных изотопов на биосферу. Именно тогда он кратко сформулировал модель современного устойчивого развития. Исследования в этой области отличались глубиной анализа и всесторонним изучением биосферных процессов. В его работах красной нитью проходила идея о повышении сложности и тревожности взаимодействия человечества и биосферы. Выход он видел в увеличении продуктивности биосферы. Вывод ученого по этой проблеме был более чем оптимистичен: «Человек может в 10 с лишним раз повысить продуктивность Земли, не подорвав производительных сил ее биосферы» [7]. Экспериментальной базой для исследования служила биофизическая станция Миассово, на озере Большое Миассово, которое являлось частью Ильменского заповедника. В 1957 году, недалеко от Миассово взорвался резервуар радиоактивных отходов. Тогда ученый выступил с предложением использовать данную загрязненную территорию для исследований последствий радиоактивного заражения. Можно сказать, что он предвидел Чернобыльскую аварию и на основе научного материала разработал план ликвидации подобных аварий.

В 1956 году он вернулся в Москву. Многие не верили в то, что он остался жив, друзья встречали его со слезами на глазах. В 1963 году он защитил докторскую диссертацию, а докторский диплом получил уже только после смещения Н.С. Хрущева. С 1964 по 1969 годы Н.В. Тимо-

феев -Ресовский руководил отделом радиобиологии и генетики в Институте медицинской радиологии АМН СССР в Обнинске. Занимаясь научной деятельностью, он не забывал уделять внимание и работе с молодежью. Он учил молодежь всегда искать истину, отстаивать собственную точку зрения. Официальные власти не поддерживали подобную практику. В 1969 году Н.В. Тимофеев -Ресовский был снят с работы, как оказалось, по ложному доносу его ученика. В 1973 году умерла Елена Александровна, через восемь лет ушел из жизни и Николай Владимирович Тимофеев-Ресовский.

Он был ученым с большой буквы. Обладал энциклопедическими знаниями, чувством юмора, необычайным жизнелюбием, верой в возможности человека. Он не терпел предательство и подхалимство. Он был человеком, который беззаветно любил свою Родину. Николай Владимирович был беззаветно предан науке. Его имя пользуется огромной популярностью в научном мире. Его именем названа малая планета (астероид). Памятные доски в его честь установлены в Бухе, Обнинске и Челябинске. Н.В. Тимофеев-Ресовский был человеком, с трудной судьбой, ученым -исследователем, прошедшим тернистый путь к познанию бытия, но при этом всегда говорил, что «прожил счастливую жизнь».

Литература:

1. Авдеева Е.В. Ученый по прозвищу Зубр. Н.В. Тимофеев-Ресовский [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.den-zadnem.ru/page.php?article=1297> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
2. Воспоминания о Николае Владимировиче Тимофееве-Ресовском. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://metodolog.ru/node/947> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
3. Николай Владимирович Тимофеев-Ресовский. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bibliotekar.ru/2-7-59-tyuryukanov-rochva/46.htm?ysclid=lc9lbizd2f114513323> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
4. Основоположник радиационной генетики Титаническая личность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://obzor.lt/news/n63681.html?ysclid=lc9k7p3rb0513104297> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
5. "Системы и Зубр". 120 лет со дня рождения Н. В. Тимофеева- Ресовского // Научная Библиотека Пермского Государственного Национального Исследовательского Университета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://library.psu.ru/node/3002?ysclid=lc9lgd7xu9294394501> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)

6. У Н. В. Тимофеева-Ресовского на практике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/434976/U_N_V_Timofeeva_Resovskogo_na_praktike?ysclid=lc9le3vpu0364315485 (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
7. УСОЛЬЦЕВ В. "Русский космизм" и глобальные проблемы современности. Газета "Наука Урала" N28-30(827-828), декабрь, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.uran.ru/gazetanu/2002/12/nu29_30/wvmnu_p10_29_302002.htm?ysclid=lc9k1ecx6n257205659 (Дата обращения: 22.11.2022 г.)
8. Черешнев В.А, В.Н.Большаков, М.Я.Чеботина. "Я родился русским и не вижу никаких средств изменить этот факт". К 100-летию со дня рождения Н.В.Тимофеева-Ресовского [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ihst.ru/projects/sohist/papers/cher00vr.htm?ysclid=lc9lmo85si938733506> (Дата обращения: 22.11.2022 г.)

СЕКЦИЯ 2. КУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

ОБРАЗЫ НЕБА И НЕБЕСНЫХ СВЕТИЛ В СОВЕТСКОЙ ПЕСНЕ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Ларионов А.Э.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин

Новичков А.В.,

кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Доклад посвящён проблеме отражения звёздного неба и небесных светил в советской песне военного времени 1941-1945 гг. Совокупность песен рассмотрена в качестве единого образно-эмоционального гипертекста, оказывавшего непосредственное воздействие на сознание как всего советского общества, так и отдельных людей. Транслируемые в песнях образы неба и светил интерпретируются в рамках парадигмы символического хронотопа, будучи рассмотрены в качестве символов созидательного характера, определявших систему фундаментальных смыслов и высших ценностей советского общества и ставших важнейшим мотивационным фактором победы СССР в Великой Отечественной войне.

Ключевые слова: *песня, небо, небесные светила, война, общество, символы, ценности.*

IMAGES OF THE SKY AND HEAVENLY BODIES IN SOVIET SONG THE PERIOD OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

Larionov A.E.,

Ph.D. in History, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

Novichkov A.V.,

Ph.D. in History, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The report is devoted to the problem of the reflection of the starry sky and celestial bodies in the Soviet wartime song of 1941-1945. The collection of songs

is considered as a single figurative-emotional hypertext that had a direct impact on the consciousness of both the entire Soviet society and individual people. The images of the sky and luminaries broadcast in the songs are interpreted within the framework of the paradigm of the symbolic chronotope, being considered as symbols of a creative nature that determined the system of fundamental meanings and the highest values of Soviet society and became the most important motivational factor of the victory of the USSR in the Great Patriotic War.

Keywords: *song, sky, heavenly bodies, war, society, symbols, values.*

*Две вещи наполняют душу всегда
новым и все более сильным
удивлением и благоговением,
чем чаще и продолжительнее
мы размышляем о них, –
это звездное небо надо мной
и моральный закон во мне.*
Иммануил Кант.

Иммануил Кант, сказав свою знаменитую фразу о «звёздном небе и нравственном законе» [3, с. 499], констатировал, помимо всего прочего, их неразрывную взаимосвязь. Что глубоко симптоматично. В русском языке слово «небо/небеса» понимается как «нет бесов». То есть пространство, свободное от зла как такового. Действительно, апостол Павел когда-то сказал, что «наша брань не против плоти и крови, но против мироправителей тьмы века сего, *духов злобы поднебесной*» [Еф. 6:12]. Итак, зло и его адепты могут существовать *под* небом, но не на небе как таковом! Следовательно, что означает обращённость, приоритетность человеческого внимания к небу? Тоску по абсолютному добру! По такому пространству, где зло в каком бы то ни было виде отсутствует. Это фундаментальная нравственная пропозиция, вытекающая их христианской сущности русской культуры и всей Русской Цивилизации. Равным образом, чем больше в мире видимое торжество зла, inferнальных энергий, тем сильнее тяготение людей к свету: «Где преумножился грех, там изобилует благодать» [Рим. 5:20]. В таком случае, совершенно логичным будет выглядеть усиление семантики и символики неба и небесных светил в наиболее трагические моменты человеческого бытия. Для нашего народа таким всеобъемлющим испытанием стала в XX столетии Великая Отечественная война, когда, по словам Сталина, речь шла «о жизни и смерти нашего народа» [5, с. 13]. Осталось проверить это на примере такого важнейшего жанра культуры, как песенное твор-

чество. Известно, что песенный жанр переживал в годы войны небывалый расцвет, подобного которого не было в тот момент ни в одной стране мира. Что уже само по себе является духовно-культурным феноменом.

К анализу были избраны несколько популярных песен [4]:

1. Катюша;
2. Тёмная ночь;
3. Звёздочка;
4. Эх, дороги;
5. Горит свечи огарочек;
6. Хороша страна Болгария.

Что объединяет все эти песни кроме принадлежности к одной исторической эпохе? Во всех них мы найдём те или иные образы неба, звёзд и небесных светил – солнца или луны. Теперь посмотрим на контекст употребления данных образов и попытаемся реконструировать их символический функционал. Наш семантический и текстологический анализ будет последовательным с итоговым символическим синтезом в финале.

ПЕСНЯ	ОТРЫВОК	СЕМАНТИКА
1. КАТЮША	Ой ты песня, песенка девичья, Ты лети за ясным солнцем вслед И бойцу на дальнем пограни- чье От Катюши передай привет	Песня-солнце-полёт-восточка от любимой <i>Контекст: приближение войны</i> Запомним этот призыв.
2. ТЁМНАЯ НОЧЬ	Тёмная ночь, только пули сви- стят по степи, Только ветер гудит в проводах, тускло звезды мерцают. В темную ночь ты, любимая, знаю, не спишь, И у детской кровати тайком ты слезу утираешь.	Ночь-угроза смерти-холод- мерцанье звёзд-любимая жен- щина-ребёнок/продолжение жизни <i>Контекст: грозная реаль- ность войны, которая уже идёт и конца-края ей не видно</i>
3. ЗВЁЗ- ДОЧКА	Там, где солнце всходит, есть на небосводе Звёздочка заветная одна, Днём она не гаснет, нет её пре- красней, Из-за тучи звёздочка видна. С милой как простились, так уговорились Вечно помнить звёздочку свою.	Небо-звёздочка-неугасимая- любимая-незримая связь <i>Контекст: война продолжа- ется, разлука долгая, но надежда на встречу сильнее разлуки</i>

ПЕСНЯ	ОТРЫВОК	СЕМАНТИКА
4. ЭХ, ДО-РОГИ	Край сосновый, Солнце встает. У крыльца родного Мать сыночка ждет.	Родина-восток-солнце-свет-мать-ожидание-надежда-материнская молитва <i>Контекст: бесконечность дорог войны и превозможение их</i>
5. ГОРИТ СВЕЧИ ОГАРОЧЕК	Без нас девочатам кажется, Что звезды не горят. Без нас девочатам кажется, Что месяц сажей мажется, А звезды не горят.	Девушки-разлука-грусть-затмение звёзд и луны от чело-веческой грусти-жажда встречи <i>Контекст: усталость от войны и надежда на встречу</i>
6. ГДЕ Ж ВЫ, ОЧИ КАРИЕ	И под звездами Балканскими Вспоминаем неспроста Ярославские, рязанские Да смоленские места. Вспоминаем очи карие, Тихий говор, звонкий смех. Хороша страна Болгария, А Россия лучше всех!	Далёкие страны-звёзды-разлука с Родиной и любимой-память-близость возвращения и встречи-лучше Родины и любимой девушки нет ничего <i>Контекст: конец войны, Победа, всеобщая ликование, возвращение домой к любимым.</i>

Говоря о последней песне, уместно вспомнить первую – «Катюшу»: бойцы из далёких стран словно дают ответ на призыв Катюши «помнить девушку простую и беречь родную землю». И это было не только воображаемым, но реальным историческим фактом. Реальность воображаемая, символическая и буквальная, жизненная, здесь смыкаются!

Обобщая выявленные нами символические значения песен периода Великой Отечественной войны, можно уверенно говорить о едином символическом капитале, который являлся важнейшей частью общественного сознания. Небо, солнце, луна и звёзды служили для советских людей в тылу и на фронте олицетворением любви, связи с родным домом и любимыми людьми, своеобразным «звёздным мостом» между войной и миром, фронтом и тылом, возможностью ухода по этому мосту от смерти к жизни, символизировал будущее в лице детей и торжество жизни «всем смертям назло» [5]. Данная символическая реальность благодаря контрасту с тяжёлой, смертельно опасной повседневностью войны оказывалась тем более сильной, даже превозмогающей грубую обыденность, тем самым преображая её и придавая высший смысл трудам, жертвам и страданиям. Вбирая и ретранслируя ценностно-символический капитал [7], советское общество в тылу, солдаты на фронте и даже советские люди, страдающие в оккупации под игмом немецко-фашистских захватчиков, оказывались объединены общими высшими стремлениями, ожиданиями и надеждами. Чтобы затем, по мере своих

сил, а часто и превыше таковых, преобразовывать жестокую реальность войны в соответствии с этими высшими ценностями и символами [2]. Тем самым, война как бы отрицалась, вычёркивалась из сферы человеческого бытия, оказывалась досадным недоразумением, просто уклонением от добра как естественного состояния. Что выводит нас уже от категорий теоретико-философской культурологии в область христианской метафизики и христианского же неоплатонизма как он был представлен в трудах св. Дионисия Ареопагита [1, С. 293-403].

В качестве заключения авторы позволяют себе некоторый комментарий к современности в свете вышесказанного. В суеете текущей жизни, под искусственным светом городов мы часто не видим неба. Это не столько вина, сколько беда современного человека. При этом, постоянно слышны жалобы на загруженность, рутину, дефицит времени, бессмысленность суеты и т.п. Хотя, если вдуматься, наши проблемы – жалкая и бледная тень тех действительных испытаний и страданий, которые выпали на долю советских людей в 1941-1945 гг. Вот тогда у всей страны действительно были очень большие проблемы! Решался вопрос «быть или не быть стране?» И решался он не только на полях сражений, в противостоянии огромных армий и промышленных мощностей, в штабах и органах власти. Решался в человеческих сердцах прежде всего, на уровне коллективной воли – причём, воли не к военной и политической победе только, а к жизни как таковой. Противостояли и сражались два диаметрально противоположных образа мироздания и будущего. И победа в итоге осталась именно за тем мироощущением, носителем и выразителем которого был советский человек, советский солдат. Именно предельно выразительным воплощением этого мироощущения стали советские песни, в которых, как было показано, весьма значимое место занимали образы неба, звёзд, солнца и луны. Как символы Вечности, победы жизни над смертью, любви, малой Родины, детей, будущего. И это должно служить примером для нас. Если сделать усилие и обратить взор к нашему культурному наследию, а равно внутрь собственного сердца, то там мы обретём небеса и светила в мере гораздо большей, чем можно себе представить. По слову Спасителя: «Царство Божие внутри вас есть» [Лк. 17:22]. И глубокие душевные песни войны, рождённые посреди горя и общенародной беды, песни, отвечавшие самым сокровенным чаяниям народа, в том нам помогут. «Свет во тьме светит и тьма его не объя» [Ин. 1:5] - это и общая характеристика песенного нарратива, и символизм отдельно взятой песни, и тот фундаментальный способ мировосприятия, который лежит в основе исторического бытия Русской цивилизации на всех этапах её существования.

Литература:

1. Св. Дионисий Ареопагит. О божественных именах // Св. Дионисий Ареопагит. Сочинения. СПб.: Алетейя, 2003.
2. Емелин В.А., Тхостов А.Ш. Идентичность и символический хронотоп. М.: Канон+, 2021.
3. Кант И. Критика практического разума // Кант И. Сочинения в 6 т. М.: Мысль, 1965. Том 4. Ч. 1.
4. Песни Великой Отечественной войны // <http://sovmusic.ru/period.php?gold=yes&period=4> (Дата обращения 20.12.2022).
5. Симонов К.М. Жди меня и я вернусь... // <https://www.culture.ru/poems/32975/zhdi-menya-i-ya-vernus> (Дата обращения 20.12.2022).
6. Сталин И.В. О Великой Отечественной войне Советского Союза. М.: ОГИЗ-Госполитиздат, 1948;
7. Халас Э. Символы и общество. Интерпретативная социология. Харьков: Гуманитарный центр, 2021.

ЛИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ВОЗДЕЙСТВИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВРЕМЯ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Лебедев О.В.,

студент 1 курса {Экономическая безопасность}

Научный руководитель: Костыря С.С.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В данной статье рассмотрено подробное обоснование влияния глобализации на психологическое время личности, а также указаны наиболее вероятные в данных условиях трансформации личности как следствие функционирования некоторых механизмов психологической защиты, запущенных изменением в восприятии человеком времени. Цель данной работы – указать на проблему пагубности последствий для личности и общества каждой отдельной вида трансформации.

Ключевые слова: глобализация, психологическое время, механизмы психологической защиты, личность.

PERSONALITY IN THE CONTEXT OF THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON PSYCHOLOGICAL TIME: PROBLEM STATEMENT

Lebedev O.V.,

1st year student {Economic Security}

Scientific adviser: Kostyrja S.S.,

PhD {Psychology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

In this article, a detailed justification of the influence of globalization on the psychological time of the individual is considered, and the most probable transformations of personality in these conditions are indicated as a consequence of the functioning of some mechanisms of psychological protection triggered by a change in human perception of time. The purpose of this work is to point out the problem of the harmful consequences for the individual and society of each individual type of transformation.

Keywords: globalization, psychological time, mechanisms of psychological protection, personality.

Глобализация как процесс восходит к 15 веку, к эпохе великих географических открытий, когда европейские державы начали исследовать новые земли в поисках дешевых ресурсов. Однако глобализация в том виде, о котором идет речь, сформировалась относительно недавно, на рубеже 19-20 веков, с появлением средств, позволяющих человеку быстро переместиться из одной точки в другую, как-то автомобиль, самолет, система метрополитена, с резким усилением интеграции между странами и созданием транснациональных корпораций. Особенно важную роль при рассмотрении поставленной проблемы занимает становление телевидения и интернета как средств массовой информации, делающее ее как никогда доступной и даже избыточной. Если раньше даже совсем незначительное событие требовало поиска или активного участия в его создании, привлекало внимание людей, поскольку для мыслительной деятельности в той или иной мере необходимы события извне, значит это незначительное происшествие оставляло в памяти человека достаточно глубокий след и не оставалось незамеченным; чем более ярко мы воспринимаем события, тем быстрее течет время.

Британский исследователь в области психологии Стив Тейлор описывает вышеозначенное утверждение как в виде первых двух законов психологического времени личности: «1) с возрастом время ускоряется 2) когда мы открыты новым впечатлениям или находимся в новой для себя обстановке, время замедляется». [1, с. 15]. Этот феномен называется психологическим временем личности. В соответствии с А.А.Кроником это «отражение в психике человека системы временных отношений между событиями его жизненного пути» [2, с.107]. Проще говоря, это то, как человек ощущает течение реального, объективного времени, его переживания, глубина впечатлений, полученных за количество времени. В наши дни складывается неблагоприятная, пугающая ситуация: индивид, теряясь в искусственно созданном информационном потоке, воспринимая каждый день большое количество событий и новых фактов, не придает им почти никакого значения.

Ярким примером может послужить эпидемиологическая обстановка в феврале-марте 2020 года, когда люди, в ожидании небывалых ранее событий, были охвачены нездоровым интересом и даже паникой, время субъективно воспринималось как что-то «медленное и «напряженное». Летом того же 2020-го года, когда число заболевших и количество тематических новостей оставались примерно на том же уровне, подобные известия мало у кого вызывали прежнюю реакцию, так как это было уже что-то старое, неактуальное на тот момент; психологическое время вернулось к показателям до февраля месяца. Это явление легко

объясняется привычкой и приспособлением к окружающей действительности; «В новую постиндустриальную эпоху за счет резкого увеличения количества и плотности индивидуальных информационных событий в каждодневном процессе познания человека и возрастания числа воздействующих источников информации время сжимается и уплотняется» [3].

Человеческий мозг не способен обработать такое количество информации, поэтому каждая маленькая ее часть фактически остается на подсознательном уровне, не оставляя по себе ни эмоций, ни воспоминаний. Таким образом, сутки как бы «сжимаются», становятся короче в индивидуальном восприятии человека. Конечно, процессы глобализации высвобождают немалое количество времени в его объективном существовании благодаря все тем же технологиям передачи информации и транспортной системе; человек не вынужден больше задаваться вопросами поиска источников, за него это делают компьютерные технологии. Однако стоит отметить, что часть «выигранного» физического времени значительно меньше по сравнению с психологическим, к тому же нивелируется благодаря все тому же процессу. В этих условиях мы сталкиваемся с ситуацией, при которой такого ценного ресурса как время начинает катастрофически нехватать; это было бы не так плохо в условиях эволюции, если бы процесс сокращения времени был растянут на сотни лет, в этом случае человек смог бы подстроиться под изменения. Другое дело, когда субъективное время сокращается настолько резко, в пределах одного-двух поколений, когда есть существенные изменения между ощущениями сегодняшнего дня и двадцатилетней давности. А с ускорением темпов глобализации, которое мы наблюдаем сегодня, можно говорить не о двадцати годах, а о десяти или даже пяти. Нарастает глубокое противоречие между воспоминаниями индивида давностью в несколько лет и окружающей действительностью: невозможно жить в старом ритме и успевать все необходимое, а новый ритм либо крайне нежелателен, либо совсем невозможен, если предыдущий был и без того слишком утомителен. Все это порождает раздражение, усталость, непонимание и психологическое «выгорание». Эти негативные явления заставляют человека инстинктивно или вполне осознанно пытаться избежать пагубного воздействия окружающей среды; начинает работать так называемая психологическая защита: «система приспособительной психической саморегуляции индивида, направленная на психическую стабилизацию в условиях психотравмирующих воздействий, состоящая из различных психических защитных механизмов - переоценки ценностей, вытеснения, рационализации, конвер-

сии (переосмысления) и др» [4, с.152]. Иными словами, это бессознательная реакция психики человека на тяжелые, травмирующие обстоятельства. В условиях острой нехватки времени и, как следствие, хронической усталости и возрастающего уровня меланхолии, только сильные и способные выдерживать постоянный стресс личности в той или иной мере смогут избежать «неблагоприятных» психических реакций. Конечно, большинство людей не обладает такими качествами, поэтому им не удастся оградиться от неприятных последствий. Особенно это опасно для лиц, страдающих врожденными или приобретенными психическими заболеваниями, детей, беременных женщин, или просто людей с повышенной чувствительностью к стрессу. Как было сказано выше, существуют различные защитные механизмы психики, призванные снизить или распределить во времени уровень психоэмоционального напряжения во избежание получения психологической травмы. Являясь полезной функцией организма как таковые, нередко случаи, когда они наносят вред личности своим слишком активным или неуместным уровнем опасности проявлением. Всего разные исследователи выделяют от 15 до 23 механизмов психологической защиты, ниже будут рассмотрены самые релевантные в сложившейся обстановке сокращения субъективного времени и их последствия для личности человека и климата общественных отношений.

И первый из них – вытеснение. Это процесс вытеснения, отрицания и устранения негативных и неприемлемых мыслей в область бессознательного. Процесс наиболее актуален в наших условиях, ведь когда индивид сталкивается с мыслями о том, что он не способен ничего успеть, и что жизнь превращается в один сплошной рабочий или деловой график, попытка убежать от реальности хотя бы на время превалирует над остальными. Благодаря данному механизму человек начинает думать, что избавился от проблемной ситуации. «А в результате, вы забываете ситуации и обстоятельства, но чувства и эмоции, которые вы таким образом хотите вытеснить, никуда не уходят, а остаются с вами. По удивительному стечению обстоятельств, именно эти оставшиеся с вами чувства и эмоции стремятся всплыть наружу и овладеть нашим сознанием» [5]. Таким образом, человек избавляется от воспоминаний, но негативные ощущения и эмоции остаются и, переходя в область бессознательного, начинают распространять свое влияние на все остальные сферы жизни. Через какое-то время должна сложиться ситуация, когда раз не решенная проблема переходит в уныние и хроническую депрессию, тем более трудно преодолимую, что объясняется утратой самой причины, послужившей первоначальным источником. В подобных

условиях мало кто из людей может продолжать нормально вести трудовую, общественную и иные виды деятельности, что оказывает пагубное влияние не только на жизнь самого человека, но и на жизнь общества, лишая его специалиста, могущего производить полезные блага, налогоплательщика и многих других общественно полезных ролей.

Помимо предыдущего механизма стоит обратить внимание на еще один, имеющий несколько менее широкое распространение, но не менее серьезные последствия для личности и общества. «Регрессия - защитный механизм Эго, при котором человек возвращается к более примитивному способу взаимодействия с миром» [6]. Не будучи в состоянии изменить свое восприятие времени, вызванное ускоренными темпами глобализации, человек, особенно это относится к слабым и инфантильным личностям, пытается убежать от реальности путем примитивных, относящихся к ранним этапам жизни реакций. В своих негативных проявлениях это может выражаться в виде частых и публичных истерик, смещения приоритетов с карьеры и трудовой деятельности в пользу прокрастинации и фантазий. Особенно негативными могут послужить такие виды регрессии, как различные зависимости, то есть наиболее простой способ получить удовлетворение вследствие общей деградации личности. Ущерб для физического и психологического здоровья человека, а также для общественных отношений действительно огромен.

Таким же вероятным кажется третий механизм психологической защиты: замещение. «В основе испытываемого человеком чувства хронического раздражения часто лежит такой механизм психологической защиты психики человека, который в психологии и психоанализе называется замещением» [7]. Суть этого механизма заключается в том, что человек переносит свои негативные эмоции с недостижимого для него гнева объекта на достижимый. В данном случае роль недостижимого объекта играет неприязнь к окружающему миру и, зачастую, к себе. В условиях сокращения психологического времени вполне естественно чувство неудовлетворенности собой, приписываемое "медлительности" или "низким темпам умственной деятельности". Под влиянием замещения человек может совершить много опрометчивых, грубых и просто неприемлемых поступков, что негативно скажется на его отношениях с окружением, карьере и самооценке, страдающей из-за очевидной несправедливости его действий. Также развивается депрессия ввиду все же неполной компенсации негативных эмоций. Со временем вполне вероятно развитие психических заболеваний и зависимостей, что также свойственно для вышеописанных случаев и многих других. Когда людей с

подобным образом психологической защиты становится много, наблюдается реальная опасность для здоровых взаимодействий между всеми членами общества.

Конечно, все то, что было описано в этой статье справедливо далеко не для всех людей и обществ. Речь шла не о всех, а лишь о наиболее вероятных на наш взгляд последствиях, также они не рассмотрены в совокупности. Ситуация представлена в ее крайнем, то есть не столь массовом пока-что проявлении. Во многих развивающихся государствах проблема только начинает приобретать ясные очертания, да и совсем не каждый человек с ней столкнется в силу многих причин. Однако тенденция есть уже сейчас, и с каждым годом она только увеличивает свои обороты. Речь идет даже не об отдельном государстве, а в целом о развитом мире, и все сказанное можно рассматривать не только как акцентированное описание реальной ситуации, но и как прогноз на будущее.

Литература:

1. Тейлор С. Покорение времени. Как время воздействует на нас, а мы на время. Перевод с английского – «Альпина нон-фикшн», 2010. – С.15
2. Кроник А.А., Е.И.Головаха. Психологическое время личности. 1984. – С.107
3. Забелина Е.В., Смирнов М.Г., Честюнина Ю.В. Психологическое время личности в условиях глобализации: постановка проблемы: Статья. Челябинск, 2016
4. Еникеев М.И. Юридическая психология с основами общей и социальной психологии. Москва, 2005. - С.152
5. Колесникова Т.И. Механизм психологической защиты вытеснение. Как он работает и каковы последствия: Статья. Нижний Новгород, 2021
6. Комер Р. Общая психология. Глоссарий
7. Меньшенина О.А. Раздражение. Замещение как механизм психологической защиты психики: статья. Казань, 2020.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ожерельева В. С.,

аспирант 2 года обучения {Социологические науки}, старший преподаватель кафедры иностранных языков
Научный руководитель: Кирилина Т. Ю.,
доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Данная статья посвящена сфере высшего образования в нашей стране. Её цель - изучить понятие культуры, концепцию управления знаниями (УЗ), а также взаимосвязь между их измерениями на уровне университета. Проводится обзор литературы с целью изучения и объяснения взаимосвязи между организационной культурой и управлением знаниями.

Ключевые слова: управление знаниями, организационная культура, высшее образование, знания, процессы управления знаниями.

MANAGERIAL CULTURE AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

Ozhereleva V.S.,

2nd year post-graduate student {Sociology}, senior lecturer of the Department of Foreign Languages
Scientific adviser: Kirilina T. Yu.,
Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanitarian and Social Disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article is devoted to the field of higher education in our country. Its purpose is to study the concept of culture, the concept of knowledge management (KM), as well as the relationship between their dimensions at the university level. The literature is reviewed in order to study and explain the relationship between organizational culture and knowledge management.

Key words: knowledge management, organizational culture, higher education, knowledge, knowledge management processes.

Образовательные реформы за последнее десятилетие были наполнены выбором, децентрализацией, дерегулированием и передачей власти. Высшие учебные заведения (ВУЗы) стали рассматриваться как 'бизнес', или лучше сказать как 'сервисный бизнес', который должен выйти за пределы национальных границ и привлечь иностранных студентов.

Высшее учебное заведение - это крупная отраслевая организация с большим количеством структурных подразделений и отделов. ВУЗ является сегодня одним из основных звеньев системы высшего образования.

Являясь сложной структурной единицей, выполняющей образовательные, воспитательные, научные, социальные, хозяйственные функции, ВУЗ имеет и достаточно сложную систему управления. В качестве главных особенностей высшего учебного заведения как сложно организованной системы выделяют следующие его характеристики:

1) множественность целей деятельности ВУЗа и сложность системы взаимосвязанных процессов, так как в состав ВУЗа входят разнообразные структурные подразделения, взаимодействующие, в том числе, с внешними учреждениями, организациями и предприятиями;

2) многоконтурность системы ВУЗа и тесная взаимосвязь управляемых процессов. Управление в ВУЗе какой-либо конкретной сферой необходимо рассматривать как многоаспектное и многосвязное управление, требующее тесной координации управленческих решений между различными направлениями деятельности;

3) большая часть управляемых процессов начинается в ВУЗе, а заканчивается за его пределами.

4) высокая инерционность ВУЗа как системы, так как результаты деятельности ВУЗа проявляются через достаточно большой интервал времени;

5) широкое использование в деятельности ВУЗа информационных технологий.

В настоящее время в России перед ВУЗами поставлена задача повышения их конкурентоспособности, что актуализируют проблему повышения эффективности деятельности ВУЗов. И ключевым фактором решения этой задачи называют организационную культуру.

Для более полного понимания того, какое значение имеет организационная культура для развития ВУЗа, необходимо знать ее наиболее распространенные типы и модели. Это позволяет не только лучше осознать ее значимость, но и понять ее сущность, принципы построения [1].

Значение организационной культуры в ВУЗе трудно переоценить: она дает возможность сотрудникам идентифицировать себя с учреждением высшего профессионального образования, успешно адаптироваться к системе норм и ценностей ВУЗа новым сотрудникам, формирует стандарты поведения людей и ответственность за их соблюдение.

Организационная культура ВУЗа состоит из:

1) организационной культуры администрации ВУЗа, которая определяет характер управления в ВУЗе;

2) организационной культуры профессорско-преподавательского состава ВУЗа;

3) также организационной культуры студенческого состава.

Мы не сможем должным образом обсуждать управление знаниями, если не рассмотрим его отношение к организационной культуре. Различные авторы делают акцент на объединении культурных и организационных факторов с реализацией и устойчивостью инициатив по управлению знаниями. Организация, которая ограничена своей средой делает ряд "выборов", которые в итоге определяют ее культуру. На этот выбор влияют философия организации, ценности высшего руководства и "предположения" основополагающих принципов и последующие поколения организационных лидеров. Эти варианты выбора также определяют успех или провал инициатив в области управления знаниями. В организациях должна быть создана такая организационная культура, которая включает это управление, имеет мотивацию, способности, производительность, образование, обучение, доверие, поведение, ценности и убеждения [7, с.9]. Культура, в которой сотрудников поощряют и поддерживают, делятся и необходимо создавать знания для повторного использования в целом.

Можно сделать вывод, что сотрудники вузов принимают некоторые общие правила и способы ведения дел, т.к. являются частью организационной культуры, потому что они хотят эффективно работать вместе, учиться и делиться знаниями. В современной экономике успешные организации - это те организации, которые умеют создавать, хранить, делиться и воплощать полученные знания в форме новых или улучшенных продуктов и услуг. Согласно Гранту [6, с.17], управление знаниями состоит из генерации, применения и использования знаний. Знания управления объединяет в себе усилия в получении максимальной эффективности работы компании при помощи создания и обмена знаниями. Управление знаниями особенно важно для организаций, которые состоят из экспертов [3, с.9], где успех зависит от создания, использования и уникальности их базы знаний [5, с.54]. Такие учреждения описываются тем, что знания, с одной стороны являются их основным производственным фактором, а с другой стороны их конечным продуктом. Поэтому целесообразно рассматривать высшие учебные заведения как организации, состоящие из экспертов.

Таким образом, цель этой статьи состоит в том, чтобы лучше понять взаимосвязь между организационной культурой и процессами управления в вузе.

Управление знаниями представляет собой запланированную деятельность на предприятии или в организации и включает в себя выявление ключевых знаний, создание новых необходимых знаний и передачу знаний между сотрудниками. Все эти процессы должны быть помещены в общее функционирование организаций, должны составлять неотъемлемую часть культуры знаний и, в частности, должны основываться на соответствующих информационных технологиях. Управление знаниями должно быть согласовано с политикой управления человеческими ресурсами.

Ключевые теории, которые внесли значительный вклад в понимание важности знаний для организаций -это теория, которая основана на ресурсах и теория, основанная на знаниях. Взгляд, основанный на знаниях, предполагает, что способность создавать и использовать знания является наиболее важным источником устойчивого конкурентного преимущества. Знания в организациях должны представлять собой фундамент, на котором строится стратегия компании. Это означает, что знания следует понимать, как фундаментальное.

Современные информационные технологии и программное обеспечение позволяют хранить знания практически неограниченно. Когда мы думаем или что-то делаем, мы применяем знания. Если мы хотим сделать что-то новое, нам нужны идеи о том, что делать и как это делать. Новые идеи порождают новые знания, которые могут быть использованы во всех видах процессов. Только применяя знания, можно выявить их прямую полезность внутри организации. Поскольку человек также создает новые знания, применяя существующие знания, он постоянно возвращается к начальной стадии знания управления, то есть генерация знаний, за которой многократно следует передача и хранение знаний. Этапы управления знаниями непрерывно повторяются. Необходимо постоянно поощрять сотрудников к применению знаний. Если организация преуспевает в расширении применения знаний среди сотрудников, это означает, что ее управление знаниями является успешным и эффективным.

В вузе знания существуют во многих формах.

Новые знания, которые создаются в процессе генерации знаний, должны храниться для последующего использования в качестве организационной памяти. Процесс хранения знаний в организации помогает создать качественную базу знаний, которая должна содержать общие прикладные знания организации. База знаний должна быть доступна. Очень важно, чтобы знания хранились таким образом, чтобы обеспечить быстрый и эффективный поиск и, в частности, их обновление. Чтобы

иметь возможность хранить знания, обычно объединяют знания и обрабатывают их в электронной форме; кроме того, некоторые знания могут оставаться в виде книг, руководств, документов и планов. Современные информационные технологии и программное обеспечение позволяют практически неограниченно хранить знания. Компания должна принять решение о типе хранилища, которое наилучшим образом соответствует его потребностям. Электронная база знаний – то эффективный инструмент для хранения знаний; однако она требует надежной организации и регулярного обновления и, в частности, должна быть доступна сотрудникам. Учитывая, что знания имеют способность устаревать довольно быстро, необходимо регулярно отслеживать и контролировать базу знаний для того, чтобы определить, соответствует ли она фактической ситуации. С этой целью предлагается инвентаризация знаний, что позволит систематически удалять устаревшие знания из организации, то есть как из базы знаний, так и из сознания сотрудников. Распространение общих имеющихся знаний по всей организации предоставляет его сотрудникам возможности для получения новых знаний. Знания имеют наибольшую ценность для организации, когда ими пользуется как можно больше сотрудников

Также и в других отношениях общение между сотрудниками способствует накоплению знаний, по этой причине организации необходимо создать культуру, которая поощряет общение. Поскольку новые знания накапливаются путем применения существующих знаний, человек постоянно возвращается к двум начальным этапам управления знаниями, то есть к приобретению и созданию знаний, за которыми снова следуют передача знаний и хранение знаний. Можно понять, что этапы управления знаниями постоянно повторяются. Необходимо постоянно поощрять сотрудников к применению знаний. Таким образом, облегчается изобретение и, следовательно, применение знаний в новых или обновленных продуктах или услугах.

Мы можем сделать вывод, что “процессы управления знаниями в значительной степени зависят от социальных условий, в которые они встроены, и могут быть подвергнуты взаимодействию между индивидами”.

Тэйлор [10, с.22] был первым ученым, кто дал определение культуре. Он утверждал, что культура-это “то сложное целое, которое включает в себя знания, убеждения, искусство, мораль, закон, обычаи и любые другие способности и привычки, приобретенные человеком как членом общества”. Расширенное определение более века спустя было предложено Шейном [8, с.9], который описал культуру как “образец общих

базовых предположений, которые группа усвоила, решая свои проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции, которые работали достаточно хорошо”. Организационная культура-это система предположений, ценностей, убеждений, принятых и обычно интерпретируемых членами организации. Он отражает как реальные, так и декларируемые ценности организации и ее членов [11, с. 109-131].

Ссылаясь на эти определения, можно сделать вывод, что организационная культура – это набор явных и неявных правил приемлемого и неприемлемого поведения в организация, на которую влияют основные ценности, нормы и лежащие в их основе допущения.

ВУЗы занимаются созданием, преобразованием и передачей знаний. ВУЗы также специфичны, потому что знания-это их вход, а также выход. Поэтому самой большой проблемой для современных вузов является удовлетворение потребностей профессорско-преподавательского состава, который, с одной стороны, является разработчиком, пользователем и носителем знаний высокого уровня, а, с другой стороны, также генератором и получателем новых знаний.

Типпинс [9, с.17] подчеркнул, что управление знаниями в высших учебных заведениях часто очень сложно из-за ряда бюрократических и культурных факторов, которые создают препятствия.

Существует недостаток социального взаимодействия, который влияет на эффективность процесса общения и создания социальных сетей, а также отсутствие интереса из-за самоуспокоенности и отстраненности от процесса обучения.

Управление знаниями является одним из главных приоритетов вузов, поскольку основная цель его-это максимизация эффективности организации, которая связана со знаниями, и отдачей от ее активов знаний и их постоянного обновления. Управление знаниями в высших учебных заведениях можно определить как “искусство увеличения ценности выбранных активов знаний”, что может повысить его эффективность.

Аналогичным образом, Роули пишет, что сектор образования всегда признавался центром различных процессов получения знаний, а именно создания, распространения и обучения знаний. Считается, что эффективное управление знаниями имеет жизненно важное значение для: повышения качества и эффективности образования и научных исследований, для удержания лучших профессоров и исследователей, для разработки новых учебных программ, для повышения экономической эффективности и для выходя за рамки времени и пространства, позволяя реализовать ожидания студентов в любом месте и в любое время.

Руководители университетов все больше осознают концепцию культуры и ее важную роль в изменениях и развитии университетов. Кроме того, университеты обладают отличительными характеристиками, которые сильно взаимодействуют с их соответствующими культурами [2, с.45]. На университетском уровне культура может быть определена как ценности и убеждения заинтересованных сторон университета (т.е., администраторы, преподаватели, студенты, члены правления и вспомогательный персонал), основанный на традициях [4, с.15; 2, с.33]. Считается, что ценности и убеждения в значительной степени влияют на процессы принятия решений в университетах и формируют индивидуальное и организационное поведение.

Основным препятствием на пути эффективного внедрения управления знаниями в ВУЗы-это основная природа этих организаций. Хотя общепризнано, что знания - это актив, ценность которого возрастает, когда им делятся отдельные люди.

Использование процессов управления знаниями в высшем образовании так же жизненно важно, как и в корпоративном секторе. Если все сделано эффективно, это может привести к улучшению возможностей принятия решений, сокращению времени цикла разработки “продукта” (например, разработка учебных программ и результатов исследований), улучшению академических и административных услуг и снижению затрат. Опора на институциональные знания уникальных людей может помешать гибкости и оперативности любой организации. Задача состоит в том, чтобы преобразовать информацию, находящуюся в настоящее время у этих людей, и сделать ее широко и легко доступной для любого преподавателя, сотрудника или другого участника. Высшее образование движется к культуре, которая готова принять управление знаниями. Действительно, культурные факторы будут влиять на практику управления знаниями.

Мы можем сделать вывод, что, хотя ВУЗы одновременно представляют собой образовательные и исследовательские учреждения, их знания являются их основным вкладом. Это не отличает учреждения высшего образования от других организаций, напротив, это укрепляет представление о том, что учреждения высшего образования являются идеальным местом для рассмотрения и исследования процессов управления знаниями.

Литература:

1. Социология управления: Учебник для аспирантов / И. Д. Афонин, Т. И. Бузмакова, Т. Ю. Кирилина [и др.]. – Москва : "Русайнс", 2016. – 312 с.
2. Янова, Е. В. Развитие социокультурных факторов управленческой культуры в условиях виртуализации / Е. В. Янова, Т. Ю. Кирилина // Социально-гуманитарные технологии. – 2021. – № 1(17). – С. 51-57.
3. Dawson, R. (2000): Developing knowledge-based client relationship: The future of professional services. Boston: Butterworth-Heinemann.
4. Deal, T.E./ Kennedy, A.A. (1982): Corporate cultures. Reading, MA: Addison-Wesley.
5. Donaldson, L. (2001): Reflections on knowledge and knowledge-intensive firms. Human Relations, 54, 7, 955-963.
6. Grant, R.M. (1996): Toward a knowledge-based theory of the firm. Strategic Management Journal 17, 2, 109-122.
7. Morris, H. (2000): Three waves of information portals for knowledge management, KM World, 9, 6, 8-9.
8. Schein, E.H. (1992): Organisational culture and leadership. San Francisco: The Jossey-Bass Inc.
9. Tippins, M. (2003): Implementing knowledge management in academia: Teaching the teachers. The International Journal of Educational Management, 17, 7, 339-345.
10. Tylor, E.B. (1871): Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom, vol. 1. London: John Murray.
11. Zsóka, A.N.(2007): The role of organisational culture in the environmental awareness of companies. Journal for East European Management Studies; 12, 2, 109-131

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Москвичева А.А., Исаева В.В.,

студенты 2 курса {Экономическая безопасность}

Научный руководитель: Костыря С.С.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье исследуется, как глобализационные изменения влияют на современную культуру и формирование национальной идентичности. Для России острота проблемы национальной идентичности определяется ее традиционным полиэтничным населением. Отправной точкой для анализа ценностей как основы формирования и сохранения национальной идентичности в современном глобализованном пространстве является существующая в философии традиция понимания культуры с аксиологической точки зрения. Рассматриваются новые тенденции в развитии культуры, опасности глобализации.

Ключевые слова: глобализация, национальная идентичность, культура, изменения.

FEATURES OF CULTURAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Moskvicheva A.A., Isaeva V.V.,

2nd year students {Economic Security}

Scientific adviser: Kostyrja S.S.,

PhD {Psychology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article examines how globalization changes affect modern culture and the formation of national identity. For Russia, its traditional multiethnic population determines the severity of the problem of national identity. The starting point for the analysis of values as the basis for the formation and preservation of national identity in the modern globalized space is the tradition existing in philosophy of understanding culture from an axiological point of view. New trends in the development of culture and the dangers of globalization are considered.

Key words: globalization, national identity, culture, changes.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время процессы глобализации охватили все сферы человеческой жизни, оказывая прямое или косвенное влияние на экономику, политику и мировую культуру.

Процесс глобализации, трансформирующий культуру человечества в целом, также изменяет национальные культуры. «Вечная» проблема национальной идентичности особенно актуализируется в кризисные периоды истории, когда значимые жизненные обстоятельства и явления трансформируют средства и методы социального самоопределения и жизненного выбора людей. В двадцать первый век российское общество пришло с "духовными изъятиями", накопленной за долгое время глубокой массой скептицизма, неверия, духовного разочарования, которое приобрело характер эпохального кризиса классических ценностей, ценностных ориентаций личности, неопределенности ценностей и нестабильности идентичности человека. Для России острота проблемы национальной идентичности определяется ее традиционным полиэтническим населением. Несмотря на то, что по статистике в России проживают представители более 130 национальностей и этнических групп и каждый из этих представителей считает своей родиной определенный регион нашей страны, очевидно, что российское общество мультикультурно со сложной структурой идентификаций, которые не всегда имеют общие национальные принципы.

Сфера культуры наиболее чувствительна к таким проявлениям, потому что с самого начала она самая разнообразная и, скажем, духовно свободная – каждый субъект культуры создает свой собственный духовный мир. Каждая из культур уникальна, ведь создавая свою уникальную систему ценностей, она определяет свою особенность и неповторимость, а также устойчивость к социокультурным изменениям. Среди основных вызовов, связанных с глобализационными процессами в культуре, чаще всего упоминается тенденция к унификации, нивелированию национально-специфических особенностей образа жизни народов. Параллельно в мире наблюдается тенденция к поиску традиционной ценностной базы, ее сохранению и ретрансляции подрастающим поколениям через различные социальные институты. Это то, что многие сейчас рассматривают как способ преодоления негативных последствий глобализации. Поэтому вопросы традиционных ценностей, сохранения национальной культуры и национальной идентичности в современном мире стоят как никогда остро.

Процессы глобализации привели к новым тенденциям в развитии культуры. Культура - это своего рода система, поток ценностей, которые

постоянно меняются: на место старых приходят новые. В условиях глобализации ценности одной культуры смешиваются с ценностями другой. Очевидной характеристикой “глобальной культуры” является открытость, приобретающая ассимилятивную форму и культурную экспансию. Ассимиляция – это своеобразная «потеря» определенной части общества, путем полного «поглощения» ее другой национальностью, либо заимствованием ею части этнических черт. А культурная экспансия, теоретически, - это расширение сферы влияния доминирующей (национальной) культуры за пределы первоначальных пределов или государственных границ. Также актуальными становятся идеи глобальной экономики, интеграции культур и т.д. В современных условиях подавляющее большинство “культурного экспорта” осуществляется на уровне материальной культуры. В психологии используется такое понятие, как «кризис идентичности», которое означает особый период формирования личности, во время которого человек находится в поиске своего места, роли и предназначения в социуме. Этому периоду свойственно такое психологическое состояние человека, при котором он чувствует утрату собственной эго-идентичности и сталкивается с проблемой самоопределения, которая неразрывно связана с национальной идентичностью. Следует подчеркнуть, что “кризис идентичности” ощущается всеми странами мира, но наиболее остро он ощущается в странах бывшей социалистической системы, где долгое время сознательно нарушались базовые структуры национальной идентичности, где средства массовой информации убедительно навязывали идеи о неразвитости других наций, о необходимости исходить не из реальных национальных, а из иллюзорных общечеловеческих ценностей. Конечно, цивилизационное, духовное, культурное разнообразие человечества является ценностью и определенной гарантией безопасности, выработанной за тысячи лет его существования, и поэтому его следует сохранять. Следовательно, одной из главных опасностей глобализации является унификация ценностей, которая, с одной стороны облегчает коммуникацию и управление глобальной единой системой, но, с другой стороны, лишая человечество его компонентов и разнообразия, делает всю систему очень уязвимой для различных угроз, таких как: игнорирование специфики экономического развития различных государств в купе с распространением единых стандартов в сфере потребления и производства; торможение развития менее прогрессивных стран и разорение малого бизнеса; обострение социального неравенства в виду неравномерности развития стран мира; ослабление национального суверенитета отдельных стран, рост зависимости их политики и экономики от транснациональных корпораций и пр.

Процессы глобализации стали мощным фактором, способствующим усилению социального неравенства. Хотя подобное последствие глобализации наблюдается во многих странах мира, в России оно проявилось за очень короткий исторический период. Это последствие влияет негативным образом и искажает ценностные устои общества. Среди них - обострение старых и возникновение новых конфликтных ситуаций в мире: взаимное недоверие между народами и этническими группами и народностями и угроза трайбализма, развертывание агрессивных форм для защиты национальных интересов, религиозная ксенофобия и нетерпимость, расовый экстремизм, международный терроризм и т.д.

Социокультурные изменения также выступают фактором, влияющим на формирование национальной идентичности. В условиях глобализации резко обостряется проблема сохранения культурной идентичности в процессе столкновения традиционных и новых ценностей, когда, с одной стороны, национальные государства опираются на культурные универсалии, с другой - стимулируются экстремистские проявления (религиозный фундаментализм, шовинизм, терроризм). Национальная идентичность интерпретируется как заключительный акт процесса осознания индивидом или социальной группой своей принадлежности к определенному национальному образованию в результате принятия ими ценностей, норм, идеалов, которыми руководствуется эта нация.

Традиционные ценности определяют высшие смыслы существования и направление общественного развития, составляя "духовный код" нации, выполняют функцию ее духовного единства и укрепления. Система традиционных ценностей и моральных норм является одним из важных условий обеспечения политической и социальной стабильности общества, которое играет роль "иммунной системы" социального организма, защищая его от "заражения" деструктивными и разрушительными идеями насилия, ксенофобии, радикального национализма, сепаратизма, моральной вседозволенности и прочего. Высшие ценности формируют ядро духовного потенциала общества, духовный стержень личности, обеспечивая ее духовную и нравственно-волевою устойчивость, отстаивая национальные интересы, защищая суверенитет и территориальную целостность российского государства. Такая модель существенно меняет представление о целях социального развития: это не чисто экономическое, или политическое, или "культурное", или нравственное развитие, а системное развитие, основанное на идее общества как системы, созданной на основе духовного единства ценностей. Следует отметить, что в России традиционные ценности и соответствующие структуры поведения воспроизводятся практически в неизменном виде

на протяжении нескольких поколений или в течение длительного времени в рамках одного и того же общества – в последние годы рост доверия к традиционным ценностям только усилился: с 72% в 2004 году до 86% в 2016 году (Котлярова, Руденко и Пономарев, 2017). На формирование глубинных слоев идентичности по-прежнему значительное влияние оказывают традиционные ценности местных культур, их историческое прошлое и религиозные взгляды (Рыкова, 2018). Традиционные ценности в условиях глобализации становятся препятствием для воздействия унификации и гомогенизации и негативного воздействия глобализации на отдельные национальные сообщества.

В настоящее время Россия формирует модель национальной идентичности, которую называют цивилизационной моделью, исходящей, в основном, из единства человека и общества, к которому он принадлежит. Это функциональная модель, которая объединяет людей не только по отношению к единому для них закону, вытекающему из общей для них традиционной культуры, но и по отношению к общим традиционным ценностям: семейным, религиозным, этическим, эстетическим и другим.

Таким образом, глобализация захватывает практически все сферы современной жизни. Вместе с техническим прогрессом, ускорившим технико-культурные изменения настолько, что они становятся заметны в течение одной человеческой жизни, глобализация вызывает беспокойство и актуализацию проблематики культурной идентичности. Не только индивиды, но целые культуры ищут свое место в новом мире.

Проанализировав историю термина «идентичность» мы пришли к выводу, что самоопределение играет важнейшую роль в жизни человека и человеческих общностей. Формируясь на основе среды и обобщенного образа другого, идентичность составляет стержень личности индивида. При анализе процесса глобализации было выявлено ее противоречивое влияние на культурную идентичность: ослабляя одну часть идентичности, например, принадлежность себя к определенному государству, она усиливает другие, такие, как этничность. Глобализация способствует смягчению идентичности, она становится адаптивной и гибкой. Важно учитывать и роль виртуального интернет-пространства, в котором культурное самоопределение индивида может как не проявляться вовсе, так и актуализироваться.

Литература:

1. Геллель, А. М. (2018). Язык духовности. Международный журнал детской духовности.
2. Гусейнов А. А., Смирнов А. В. и Николаичев Б. О. (2010). Россия в диалоге культур. Москва: Наука.

3. Котлярова, В., Руденко, А., П. Пономарев, (2017). Традиционные ценности как фактор национальной безопасности в эпоху глобализации. Центральная Азия и Кавказ.
4. Маклюэн, М. (1994). Понимание МЕДИА: Расширения человека. Кембридж; Лондон: Издательство Массачусетского технологического института.
5. Нацис, Е. (2016). Новый дискурс о духовности в государственном образовании. Противостояние вызовам в постсекулярном обществе. Международный журнал детской духовности.
6. Парех, Б. (1995). Этноцентричность националистического дискурса. Нации и национализм.
7. Робертсон Р. (1992). Глобализация: социальная теория и глобальная культура. Лондон: Sage Publications Ltd.
8. Рыкова, Л. Х. (2018). Религиозно-ценностная сфера на Юге России. Центральная Азия и Кавказ.
9. Руденко А. Н., Котлярова В. В. и Пономарев П. Н. (2018). Общепринятая точка зрения в контексте формирования культуры национальной безопасности России. Извлечено из: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n01/18390103.html>
10. Сардар, С.А. (2005). Карден идентичностей: множественные "Я" и другие варианты будущего. Журнал будущих исследований.
11. Тайцзюнь, Дж., & Ху, Ю. (2015). Национальная идентичность в контексте глобализации: структурная перспектива. Социальные науки в Китае.
12. Тольц, В. (1998). Формирование нации: национальная идентичность и государственное строительство в посткоммунистической России. Исследования Европы и Азии.

ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сильчева Л.В.,

кандидат технических наук, доцент, преподаватель ТТД

Кузнецова О.И.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье рассмотрены направления идентичности как объекта социального познания в контексте глобализации. Установлено, что содержание понятия «идентичность» раскрывается через исследование органически связанного с ним процесса идентификации. Доказано, что идентификация как составляющая процесса возникновения и поддержания идентичности характеризуется двумя основными чертами: во-первых, она осуществляется целенаправленно и, во-вторых, реализуется с помощью определенных символических средств, которые имеют конвенциональный характер и связаны с конкретными социокультурными практиками.

***Ключевые слова:** идентичность, социальное познание, глобализация, коммуникация.*

IDENTITY AS AN OBJECT OF SOCIAL COGNITION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Silcheva L. V.,

PhD (Technical Science), associate professor, lecturer of the Technology and Design College

Kuznetsova O. I.,

PhD (Sociology), associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article considers the directions of identity as an object of social cognition in the context of globalization. It is established that the content of the concept of "identity" is revealed through the study of the identification process organically related to it. It is proved that identification as a component of the process of the emergence and maintenance of identity is characterized by two main features: firstly, it is carried out purposefully and, secondly, it is realized with the help of certain symbolic means that have a conventional character and are associated with specific socio-cultural practices.

***Key words:** identity, social cognition, globalization, communication.*

Последний период отмечается стремительным развитием глобализационных процессов, которые в корне трансформируют индивидуальное и общественное бытие. Жизнь и деятельность людей в современном мире не укладываются в привычные для них рамки традиционной самоидентификации (этнической, культурной, религиозной). При этом глобализация чрезвычайно актуализировала проблему национальной идентичности, которая трансформирует, растворяет ее в глобальных процессах демократизации, экономики, коммуникации, информатизации, миграции.

Придавая государственным границам большую прозрачность, неизмеримо увеличивая потенциал гомогенизации, процессы глобализации размывают традиционные источники национальной идентичности, а механизмы ее формирования и поддержания приобретают значительную пластичность и вариативность. При этом в последнее время активизировалась деятельность многих субъектов мировой политики – международных организаций, надгосударственных образований, транснациональных корпораций, которые путем распространения собственных ценностей, идеалов, смыслов, культурных и идеологических текстов стимулируют формирование наднациональных идентичностей.

В этих условиях актуализируется воспроизводство национальной субъективности как отдельных индивидов, так и некоторых групп. Во-первых, за проблемой национальной идентичности стоит императив исторического развития наций-государств, непрерывности национального бытия как такового. Во-вторых, от того, как происходит национальное самоопределение индивидов, с каким национальным проектом идентифицирует себя большинство населения страны, в значительной мере зависит общее направление социального развития общества.

В-третьих, представления о национальной принадлежности и соответствующие образцы идентичности непосредственно влияют на повседневное поведение людей, их ориентацию относительно внутренней и внешней политики. В-четвертых, принадлежность к политической нации является основой онтологической безопасности человека, удовлетворяющей потребности индивидов в экзистенциальной устойчивости. В-пятых, национальная идентичность предстает как средство оценки своего места в глобализованном мире и изучения характерных черт других национальных сообществ. Фактически глобализация и национальная идентичность являются теми двумя символами современности, которые структурируют новый мир.

Для некоторых обществ кризисные моменты приобрели такие масштабы, что их преодоление означает не только выбор адекватной

стратегии развития, но и превращаются в проблему выживания. Прежде всего процессы глобализации влияют на национальную идентичность посткоммунистических обществ, которые переживают сложные и противоречивые процессы изменения политической, экономической и социокультурной систем, что обуславливает многочисленные попытки поиска новой идентичности как на уровне отдельных индивидов, так и всего общества.

Проблема национальной идентичности может являться крайне острой в современной России, которая находится в силовом поле противоречивых социально-цивилизационных тенденций –глобализации и национально-этнического, государственного олицетворения, модернизации и выбора внешнеполитической стратегии. Обретение важности предусматривает формирование целостного гражданско-политического, самоидентифицированного сообщества, способного противостоять внутренним и внешним вызовам.

В Российской Федерации продолжается процесс становления полноценного государства-нации со своими интересами. Новая российская идентичность должна способствовать преодолению неустойчивости и амбивалентности национального самоопределения россиян, идейно-политического противостояния, конфронтации между различными, часто несовместимыми формами самоидентификации.

Актуальность статьи обусловлена также динамизмом глобального политического процесса, изменением соотношения сил между мировыми центрами политической и экономической силы, а также геополитическим положением Российской Федерации, необходимостью ее культурно-цивилизационного самоопределения в мире. Итак, очевидна теоретическая и практическая потребность социального анализа национальной идентичности.

Различные аспекты данной проблематики отражены в работах Н.С. Александровой [3], Т.В. Бугайчук [4], Е.В. Викторовой [5], А.В. Гончаровой [6], М.С. Гусельцевой [7], Д.Н. Деменёва [8], В.О. Шипулина [13], А.А. Шпак [14] и др. Вместе с тем, вопросы исследования проблемы идентичности как объекта социального познания в контексте глобализации требуют дальнейшего исследования.

В античности утвердилось понимание идентичности как тождества, как своеобразного единства бытия. В новое время эта тенденция нашла отражение в понятии «мыслящая субстанция», в трансцендентализме, в частности в концепции тождества, где идентичность понимается как непосредственно данная и самоочевидная тождественность

структур «чистого» мышления, идеального «я». Вторая "линия" осмысления идентичности основана концепцией об самоидентичности единичного в его соотношении с «другим».

В этом контексте можно обосновать тезис о конструировании идентичности не «изнутри», а «извне», которая транслируется через имя. Дальнейшее становление этой традиции связано с анализом соотношения «Я» и «не-Я», а также коммуникативно-языковыми студиями. Кроме того, под идентичностью можно понимать социально-культурный феномен, отражающий солидарность человека в рамках социальных, групповых идеалов и стандартов.

Также под идентичностью можно понимать когнитивную систему, выполняющую роль регулятора поведения. В этом случае можно проанализировать различные виды идентичности (социальная, личная, Я-идентичность) как самостоятельные категории, также исследовать способы построения идентичности и зависимость идентификации от социального пространства и времени.

Преодоление отождествления идентичности и тождества, переориентация вектора идентичности с внешних факторов на внутренний мир связаны с рядом социальных концепций XX века, которые решали проблему идентичности на основе часто противоположных подходов: через анализ механизма самоидентификации в экзистенциализме; как результат свободного выбора собственного бытия; как попытку прорыва к чистому сознанию [1, 9, 14].

При этом можно акцентировать внимание на неограниченных возможностях идентификации индивидов в социуме. В процессе исследования нами установлено, что критику традиционного понимания идентичности начали представители экзистенциализма и продолжили теоретики постструктурализма. Важнейшим отрицанием классическим концепциям идентичности было введение концептов «чуждости» и «инакости», в рамках которых внимание сконцентрировано на ценностно-символических, тексто-смысловых аспектах идентичности.

Кроме того, в постклассическом дискурсе идентичность предстает не как реальность, а как процессуальность. Вследствие этого понятие «идентичность» не только подвело традиционное представление, но и стало средством радикализации и переориентации исследуемой проблематики в пространство интерсубъективности. Принципиальное значение здесь имеет концепция нарративной природы идентичности.

При этом можно отметить не тождественность понимания термина «идентичность» со значениями, которые используются в методологических подходах других гуманитарных наук. Хотя проблему иден-

тичности традиционно считают психологической, однако ее обусловленность общественным прогрессом и рефлексивной сознанием индивида актуализирует социальный срез, который позволяет полнее выявить аналитическую эвристичность.

Основываясь на этимологии слова «идентичность» (от лат. *identicus* – одинаковый, тождественный), нами констатируется, что идентичность как феномен сознания фиксирует отождествление социального субъекта с конкретным сообществом, важными социокультурными событиями, мифами и ритуалами своего рода, этноса, сообщества, ведет к установлению определенных моделей социального поведения и действий индивидов.

Идентичность предполагает одновременно и тождество, и различие. На основе адаптационных механизмов формируются соответствующее мировоззрение, отношение человека к себе и миру. Кроме того, дискурс идентичности содержит элементы не только отождествления, но и демаркации тех или иных категорий (культурных, национальных, религиозных, профессиональных и т.д.

Содержание понятия «идентичность» раскрывается через исследование органически связанного с ним процесса идентификации (от позднелатинского *identificare* – отождествление, уподобление, установление совпадения объектов) [2, 10, 15]. В этих условиях идентификация как составляющая процесса возникновения и поддержания идентичности характеризуется двумя основными чертами: во-первых, она осуществляется целенаправленно и, во-вторых, реализуется с помощью определенных символических средств (политических, религиозных, лингвистических, визуальных и тому подобное), которые имеют конвенциональный характер и связаны с конкретными социокультурными практиками.

Следствием идентификации индивида с различными сообществами – малой группой, территориальной общиной, этно-национальной общностью, государством, человечеством в целом являются вариативные идентичности, актуальность и значимость которых осмысливается в зависимости от времени и ситуации. Семантическая двусмысленность понятия «идентичность» определяет два основных подхода к идентичности: эссенциалистский, согласно которому идентичность рассматривается как фиксированная сущность, присущая определенному лицу, общине или обществу в целом, и конструктивистский – идентичность (индивидуальная и коллективная) предстает искусственным конструируемым феноменом в рамках конкурирующих дискурсивных практик.

В этих условиях попытки определить только объективные параметры идентичности не являются продуктивными, поскольку не все аспекты сознания человека сводятся к объективным характеристикам идентичности (территории, культуры, языка, религии, обычаев и тому подобное). Поиск по направлению к объективизации идентичности прослеживается в таком концептуальном подходе, как примордиализм.

В этом случае можно рассмотреть структурные уровни идентичности, наиболее актуальные для глобализированного мира его типы – этнический, культурный, национальный, региональный, цивилизационный, а также факторы их формирования [11, 12]. Следствием разнообразия типов идентичности является существование множества центров со своими ценностными установками и ориентациями.

При этом национальную идентичность можно определить в качестве социокультурного феномена, а также субъективную соотношенность - индивидуальную и коллективную – с национальным сообществом, чувство принадлежности к нему, его культуре, истории, территории, политическим и экономическим интересам. При определении национальной идентичности главными критериями являются те, которые имеют экзистенциальный, культурный, метафизический характер, а уже потом материальный – экономический, политический, хозяйственный. Значительную роль в структуре национальной идентичности может играть «сакральная вертикаль», набор трансцендентных ценностей, которые объединяют земное бытие человека и этноса с абсолютным миром национального.

Подводя итоги можно отметить, что национальная идентификация представляет собой процесс, в ходе которого национальные сообщества распознают себя и конструируют свое сознание на основе совокупности атрибутов (истории и географии, религии и культуры, языка и исторической памяти), чтобы быть соотношенным с другими национальными сообществами. При этом национальная идентичность не является константной, а предстает постоянным процессом формулирования компонентов национального бытия, переопределения национальных основ, образа «мы».

В то же время формирование национальной идентичности определяется действием исторических, ментальных, социально-экономических, этно-демографических и даже региональных факторов. На ее созидание влияют и внешние, геополитические факторы, в том числе и наличие внешней опасности. Разнообразие способов достижения и манифестации национальной идентичности затрудняют механизмы ее формирования. При этом трансформация национальной идентичности в контексте глобализации возможна, прежде всего, на основе конструктивистской парадигмы, которая обосновывает зависимость идентичности от социального контекста.

Литература:

1. Авилова, Н.Л. Маркетинговое обеспечение развития туризма в регионе [Текст] / Н.Л. Авилова, Н.В. Косарева, О.Е. Лебедева // Экономика и предпринимательство. - 2018. - № 11 (100). - С. 183-186.
2. Адашова, Т.А. Современное состояние и перспективы развития спортивно-оздоровительного туризма [Текст] / Т.А. Адашова, Н.В. Косарева, К.А. Лебедев // Экономика и предпринимательство. - 2018. - № 12 (101). - С. 314-317.
3. Александрова, Н.С. Управление этнокультурным образовательным пространством: подходы, условия, принципы [Текст] / Н.С. Александрова // Проблемы современного педагогического образования. - 2022. - № 74-1. - С. 13-15.
4. Бугайчук, Т.В. Гражданская идентичность молодого поколения Россиян: специфика и закономерности становления [Текст] / Т.В. Бугайчук // Социально-политические исследования. - 2022. - № 1 (14). - С. 70-80.
5. Викторова, Е.В. Европейская и национальная идентичность в представлениях современной российской молодежи: кейс Санкт-Петербурга [Текст] / Е.В. Викторова, Д.А. Петренко, Н.В. Власова, Е.В. Шишкина // Вестник Института социологии. - 2022. - Т. 13. - № 1. - С. 144-169.
6. Гончарова, А.В. Историко-культурная память как условие сохранения национальной идентичности [Текст] / А.В. Гончарова // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. - 2022. - Т. 8. - № 1. - С. 134-141.
7. Гусельцева, М.С. Человек и мир в ситуации изменений: трансдисциплинарный подход [Текст] / М.С. Гусельцева // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. - 2022. - № 1. - С. 12-34.
8. Деменёв, Д.Н. Искусство как средство патриотического воспитания: опыт философского осмысления в эпоху глобализации [Текст] / Д.Н. Деменёв // Философия образования. - 2022. - Т. 22. - № 1. - С. 134-153.
9. Лебедев, К.А. Современные проблемы экспорта украинского зерна [Текст] / К.А. Лебедев // Культура народов Причерноморья. - 2009. - № 167. - С. 70-71.
10. Лебедева, О.Е. Социальные аспекты развития инфраструктуры туризма [Текст] / О.Е. Лебедева // Культура народов Причерноморья. - 2014. - № 277. - С. 35-37.
11. Рыбак, М.В. Совершенствование регулирования международных рынков туристских услуг [Текст] / М.В. Рыбак, К.А. Лебедев // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 2-2 (79). - С. 702-706.
12. Шипулин, В.О. Трансформации суверенитета в эпоху информационной глобализации [Текст] / В.О. Шипулин // Ученые записки Новгородского государственного университета. - 2022. - № 2 (41). - С. 255-259.

13. Шпак, А.А. Сложные этнические идентичности: изучение феномена в современном гуманитарном знании [Текст] / А.А. Шпак // Северные Архивы и Экспедиции. - 2022. - Т. 6. - № 1. - С. 10-16.
14. Cherkasov, I.L. The effect of international tourism on the development of global social-economic processes [Text] / I.L. Cherkasov, M.I. Seredina, O.I. Mishurova, T.A. Adashova, O.Ye. Lebedeva // Journal of Environmental Management and Tourism. - 2017. - Vol. 8. - № 6 (22). - P. 1166-1170.
15. Lukiyanchuk, I.N. Development of online retailing logistics flows in a globalized digital economy [Text] / I.N. Lukiyanchuk, S.V. Panasenko, S.Yu. Kazantseva, K.A. Lebedev, O.E. Lebedeva // Revista Inclusiones. - 2020. - Vol. 7. - № S2-1. - P. 407-416.

РУССКАЯ ВОИНСКАЯ ПОВЕСТЬ (ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА)

Серова Т.О.,

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье прослеживается история жанра русская воинская повесть от ее истоков в 12 веке до 17 века. При этом выявляются причины трансформации жанра, обусловленные борьбой между устнопоэтической народной традицией и христианской книжностью. Прослеживается дальнейшая судьба жанра в литературе 19 и 20 веков, отмечается христианская составляющая в повести В. Быкова «Сотников» и усиление христианских мотивов в экранизации повести.

Ключевые слова: русская воинская повесть, трансформация жанра, устнопоэтическая традиция, христианская книжность.

RUSSIAN MILITARY NOVEL (TRANSFORMATION OF THE GENRE)

Serova T.O.,

PhD {Philology}, associate professor of the Department of Foreign Languages
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article traces the history of the genre of the Russian military tale from its origins in the 12th century to the 17th century. At the same time, the reasons for the transformation of the genre are revealed, due to the struggle between the oral poetic folk tradition and Christian bookishness. The further fate of the genre in the literature of the 19th and 20th centuries is traced. The Christian component in V. Bykov's story "Somnikov" and the strengthening of Christian motives in the film adaptation of the story are noted.

Key words: Russian military novel, genre transformation, oral poetic tradition, Christian bookishness.

Вопрос о том, с какого века начинать отсчет истории нашей литературы, является дискуссионным. С точки зрения западных исследователей, русская литература началась в 19 веке. Большинство отечественных литературоведов ведет отсчет литературы с 18 века, считая, что древнерусская литература не являлась искусством, а представляла собой разного рода религиозные тексты, которые обеспечивали духовные потребности Руси. Действительно, привычные нам элементы художественной литературы в период с 11 по 17 век представлены скупо.

Например, авторский вымысел в произведениях отсутствует, так как вымысел со средневековой точки зрения есть ложь, а ложь – это грех. Но неоспоримым является тот факт, что именно в средние века на Руси формируются жанры, которые будут развиваться, наполняясь новым содержанием, все последующие столетия. К таким жанрам следует отнести житие, хождение, воинскую повесть.

Жанр воинской повести был органичен для средневековой Руси, жизнь которой проходила в почти непрерывных междоусобных войнах и войнах с внешними врагами. Умереть на поле боя типично для Средневековья, ведь на поле боя выходил каждый, кто мог держать оружие. Во главе войска всегда был князь, и в воинской повести мы видим князя-воина, готового пожертвовать своей жизнью за честь Русской земли. Столь же типичной для Средневековья была фигура монаха. При всем различии у этих фигур есть нечто общее: выходя на бой, воин отрекается от всего земного, вверяя свою судьбу Богу.

Русская воинская повесть существует сначала в рамках летописи, а затем уже превращается в самостоятельный жанр. Постепенно развиваясь, воинская повесть вбирает в себя черты другого древнерусского жанра – жития-мученика, повествующего о святых мучениках.

Содержанием воинской повести было описание борьбы народа с внешними врагами. Формирование жанра начинается с «Повести временных лет» (начало 12 века). Летописец подробно описывает сбор войск и подготовку к сражению в рассказе о мести Ярослава Святополку Окаянному. Здесь также присутствует подробное описание «сечи злой» и бегства Святополка. Черты воинской повести прослеживаются также в «Повести о взятии Олегом Царьграда» и рассказе «О битве Ярослава с Мстиславом».

Рассматривая трансформацию жанра воинской повести, необходимо иметь в виду, что эта трансформация отражает перемены, происходившие в русской словесности. Главной тенденцией в развитии русской словесности было сближение книжной письменной традиции, которая ориентировалась на византийские образцы, и устной народнопоэтической традиции. Так, в «Слове о полку Игореве» (12 век) доминирует устнопоэтическая образность, в которой активно используются эпитеты и сравнения из мира природы, а также упоминаются языческие боги. В то же время автор «Слова...» использует и приемы книжной речи (риторический зачин, риторические вопросы и восклицания, большие фрагменты монологической речи и др.). В «Повести о разорении Рязани Батыем» (13 век) можно увидеть активное слияние двух названных тенденций. Автор (данное слово для средневековой словесности весьма

условно) использует готовые фольклорные «формулы», поскольку так было принято, но в повести очень сильно влияние христианских книжных источников. Картина мира, представленная в повести, ценностно поляризована: Батый – «безбожный» и «нечестивый», а русский князь – «благочестивый» и «блаженный». В 13 веке происходит заметная христианизация воинской повести, связанная с книжным влиянием.

Дальнейшие изменения в жанре воинской повести связаны со сближением ее с жанром жития. Это особенно заметно в тексте «Жития Александра Невского» (начало 14 века). Само название говорит о многом, но при этом нельзя сказать, что данное произведение полностью утратило черты воинской повести. В целом «Житие Александра Невского» построено по канонам византийских житий: описаны благочестивые родители князя, христианские достоинства Александра, монашеская кончина героя, посмертные чудеса. При сравнении текста «Слова...» с текстом «Жития...» выявляется общий сюжетный элемент – знамение о предстоящем сражении. Но если в «Слове...» оно имеет природный характер (затмение солнца) и предвещает неудачу, то в «Житии...» знамение имеет христианский характер (явление святых Бориса и Глеба) и предвещает удачу в битве. Герой «Жития...» предстает святым мучеником, а его дружина – православным воинством.

В воинских повестях вплоть до 17 века будет ярко выражен провиденциалистский дух. В «Куликовском цикле» и более поздних воинских повестях русская сторона выступает носителем Божественной правды, а иноземный супостат является носителем антихристового начала и угрожает самому существованию христианской веры.

Уже в первых воинских повестях формируется та композиция сюжета, которая станет канонической. В ней выделяются такие элементы: подготовка события (сбор войск); повествование о событии (бой); последствия события. Также уже в первых воинских повестях ярко обрисован облик главного героя. Это реальная историческая личность, наделенная идеализированными чертами характера.

В воинских повестях 14 -17 веков композиция также претерпевает изменения, обусловленные влиянием христианских книжных источников. Рассмотрим ее подробнее.

1. Подготовка к битве включает в себя молитвы и молебны, отпущение грехов, благословение князя и воинов митрополитом, а также прощание с остающимися родственниками. Прощание с женами и детьми перед битвой представляет собой обряд освобождения от земных грехов. Остающиеся должны вести аскетический образ жизни, проводя дни и ночи в молитвах.

2. Описание битвы как посланного свыше Русской земле испытания. Нашествие врага трактуется как выражение гнева Всевышнего за грехи христиан. Поэтому покаяние является главным духовным актом перед битвой. Битва – это суд Божий, побеждают не оружием, а верой.

3. После победы возносится молитва-благодарение Всевышнему. Помянувшие погибших.

Таким образом, в поздних воинских повестях происходит жанровый «сдвиг» в сторону жития. Герой повести воин, показывающий пример благочестия, смирения и послушания, глубокого сокрушения в грехах и искреннего покаяния. Его жизнь служила примером для всех христиан. Герою присуща жертвенность, понимание необходимости подвига даже ценой собственной гибели. Герой предстает мучеником, страдающим за христианскую веру, обретает святость. Ярким примером такого характера является герой «Повести о житии Александра Невского» (14 век), в которой описаны подвиги Александра Невского: битва на Неве со шведами, освобождение захваченного иноземцами Пскова, битва на Чудском озере, поездка в Орду.

В русской культуре не было эпохи Возрождения, Средневековье смыкается с Новым временем, поэтому этический заряд средневековой литературы напрямую переходит в литературу Нового времени, питая весь 19 и даже 20 век. Многие известные русские писатели занимались переложениями древнерусских текстов. Среди них Лесков, Гаршин, Толстой; известно поэтическое переложение «Слова о полку Игореве» Заболоцкого. В творчестве Достоевского присутствует разработанная в древнерусской литературе христианская метафизика. Его любимые герои – Алеша Карамазов, князь Мышкин – носители христианской морали, последователи героев воинских повестей, которые предпочитали смерть измене христианскому долгу и воинской чести. Главным достоинством своих героев Достоевский считает смирение, сущность которого в полном отсутствии гордости и честолюбия, отношение ко всем людям как равным себе и друг другу.

20 век – век войн и революций – продолжает традиции древнерусской литературы. Философское осмысление войны, исследование судьбы нации и отдельной личности в условиях военного времени волнует многих писателей 20 века. В рамках настоящей статьи невозможен подробный анализ всех произведений, в которых продолжают традиции русской воинской повести. Рассмотрим самое яркое из них – повесть В. Быкова «Сотников» (1969). В главных героях повести угадываются христианские архетипы Спасителя и Предателя. Сотников проходит путь духовного восхождения, его путь повторяет путь Христа, а его

товарищ Рыбак совершает путь нравственного падения, соотносимый с предательством Иуды. Выбрав предательство и жизнь, Рыбак получает свои символические «тридцать сребреников». Сотников осознанно принимает неизбежность смерти и проходит свой «крестный путь» до конца.

Противопоставление биологического жизнелюбия вечным духовным ценностям с новой силой прозвучало в экранизации повести (1976). Фильм Ларисы Шепитько «Восхождение» создан в жанре экзистенциальной притчи. Высокий эмоциональный накал фильма не оставляет зрителя до последнего кадра, заставляя задумываться о собственном выборе в подобных страшных обстоятельствах. Смерть с сохранением чести или предательство – третьего не дано. Основы христианской морали, завуалированные в повести Быкова, здесь звучат в полную силу. Материальная и духовная составляющие, присутствующие в жизни каждого человека, в ситуации нравственного выбора входят в конфликт. Что выберешь ты? Этот вопрос постоянно звучит, не давая зрителю расслабиться ни на минуту. Иконописная стилистика Тарковского доведена в фильме до совершенства. Благодаря мастерской работе оператора Рыбак до конца остается материальным, его реальные человеческие черты акцентированы. Образ Сотникова постепенно утрачивает реальные черты, растворяется в вечности, восходит к Абсолюту.

Подводя итог, можно сказать, что древнерусский жанр воинской повести не утратил своей актуальности, ее мощный этический заряд, высокая духовность живет во многих произведениях современных писателей.

Литература:

1. Воинские повести Древней Руси. Издательство Академии Наук СССР. М.-Л., 1949.
2. Василь Быков. Предисловие В. Оскоцкого // Сотников. – М.: Детская литература, 1982. – С. 8. – 175 с.
3. Травников С.Н., Ольшевская Л.А. История русской литературы. Древнерусская литература: учебное пособие для вузов. М.: Дрофа, 2007. – 510 с.

КУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Канищева А.С.,

магистрант 1 курса {Управление качеством}

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Данная статья посвящена тому, как процесс глобализации, начавшийся с появлением феномена массовости и «массового человека», влияет на культуру. Автор статьи под культурой понимает не только духовную культуру, но также и культуру питания и общения людей между собой. Автор приходит к выводу о коренном различии массовой культуры и традиционной, а также к тому, что влияние глобализации нацелено на разрушение традиционных культур.

Ключевые слова: культура, цивилизация, глобализация, массовое общество, массовый человек, общество потребления, традиционная культура.

CULTURAL CHANGES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Kanischeva A.S.,

1st year master student {Quality Management}

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article is devoted to how the process of globalization, which began with the emergence of the phenomenon of mass character and "mass man", affects culture. The author of the article understands culture not only as a spiritual culture, but also as a culture of nutrition and communication between people. The author comes to the conclusion about the fundamental difference between mass culture and traditional culture, and also that the influence of globalization is aimed at the destruction of traditional cultures.

Key words: culture, civilization, globalization, mass society, mass man, consumer society, traditional culture.

«Быть сторонником или противником глобализма при ближайшем рассмотрении означает быть за или против множества настолько разрозненных явлений - финансовых, технических, культурных, социальных, судебных, военных, политических, - что выбор становится практически бессмысленным»
(М.Тэтчер)

Глобализация представляет собой процесс интеграции культуры, политики, экономики различных стран в некую единую схему действия, в результате чего происходит унификация – фактическое обезличивание всех этих аспектов, а особенно – лишение их специфического национального колорита. «Под данным термином принято понимать некое усреднение мира, тенденцию к обобщению многих сторон мирового сообщества, начиная от религиозных верований и до экономической деятельности. Экономическая составляющая считается доминантной, так как именно она влияет на все процессы глобализации, в том числе и на те, которые происходят в современной культуре» [2;45]. Если в экономике и политике эти изменения не заметны обывателю, хотя, безусловно, влияют на качество его жизни, то глобализация культуры очевидна даже тем, кто не анализирует изменения в ней глубоко. Сегодня каждый из нас не является носителем именно нашей, российской самобытной культуры, но причастен к культуре всеобщей, глобальной, в чём есть как плюсы, так и минусы. Именно эти культурные изменения в условиях современной глобализации и будут рассмотрены в рамках данной статьи.

Глобализация в буквальном смысле стёрла границы между народами и их культурами. Это становится понятным по высказываниям многочисленных путешественников, которые сетуют на то, что всё везде одно и то же, и, если был бы выработан некий язык, на котором бы свободно разговаривали все люди цивилизованных государств, наверное, было бы сложно понять, в какой именно стране ты находишься в данный момент. С одной стороны, таких людей можно осуждать: Италия, Испания, Франция, Россия или США имеют кардинально разные направленности в культуре, и нужно изучить историю искусства и местный фольклор, чтобы понять и почувствовать эту разницу. Однако есть и рациональное зерно в этой жалобе – массовая культура, которую насаждают повсюду в одинаковой степени и которая направлена на то, чтобы воспитать идеального потребителя, совершенно идентична во всех названных странах. К массовой культуре относятся весьма усреднённого качества развлекательные фильмы и мероприятия, реклама, «бульварная»

литература, массовая музыка для «толпы». Как правило, всё это рассчитано на среднего обывателя, который привык к зрелищам, а потому о содержании особо не задумывается. Массовость «произведения» - однозначный сигнал о низости его качества, и именно таким, некачественным «контентом» на разных языках заполнено Интернет-пространство, а также реальная сфера развлечений. Высокое искусство, классические литература и музыка, классический театр по-прежнему остаются элитарными и не соответствуют модным тенденциям новейшего времени. Это – несомненно «обратная сторона» глобализации, которая насаждается с такой силой, что впору задаться вопросом – кому же это до сих пор выгодно?

При упоминании слова «масса» возникает ассоциация с чем-то серым, бесформенным и хаотично растекающимся во всех направлениях. Массовый человек как феномен, действительно, заполнил собой всё то, что веками создавалось для избранных. С одной стороны, никак нельзя осуждать повсеместное распространение техники, технологий, искусства, ведь это приобщило людей к цивилизации и сделало их жизнь проще. С другой же стороны, любые изобретения, любые произведения искусства прошлых эпох всегда ценились дорого и были доступны только аристократам, вследствие чего они имели цену и соответствующее этой цене качество. В современном же мире всё, что создаётся для массового потребителя, от технических новинок и до нового слова в искусстве, имеет крайне низкое качество, несопоставимое по уровню с теми благами, которыми пользовались элиты прошлого и к которым имеют доступ богатейшие люди современности. Таким образом, «усреднение» человека и превращение его в часть массы сделали возможным резкое снижение качества производимых товаров и даже тому, что ранее считалось искусством (музыке, кино) придадо временный характер и низкопробность. Толпа теперь находится там, куда ранее был доступ только избранному интеллектуальному меньшинству, и это естественным образом влияет как на культурный, так и на моральный уровень. Мы уже спокойно и буднично относимся к тому, что культура умирает, люди глупеют, а ничего нового в культурном плане давно не создаётся. Живущий во всё более увеличивающейся (за счёт прибавки населения) толпе современный массовый человек уже в буквальном плане не находит себе места не просто в жизни, но и в физическом пространстве (чем обусловлено масштабное строительство многоквартирных и многоэтажных домов). Массовый человек – это средний, заурядный, никак себя не проявляющий, с отсутствием критического мышления человек, который даже гордится

тем, что он такой. Общество состоит из массы и меньшинства, представляющего собой людей специального достоинства. Если ранее это достоинство действительно определялось интеллектом или гениальностью во всех областях, то, на сегодняшний день, об избранности говорит только наличие большого количества денежных средств, позволяющее сделать уровень потребления выше среднего (массового). При этом сам «избранный» - тот же массовый человек, никаких интеллектуальных заслуг не имеющий в силу своей заурядности. Если раньше масса, на фоне выдающихся людей, была лишь количеством, то в 30-е годы (и особенно – к нашему времени), она выродилась в качество – качество человека «общего безличного типа». Именно такой человек был нужен глобалистам для создания новой глобальной культуры, фактически заменяющей традиционные национальные культуры.

У глобализации в культурном плане есть и один положительный момент, который, впрочем, не так однозначен. Это – открытость мира, который можно теперь исследовать без того стресса, который раньше приносила людям эмиграция. У сегодняшних эмигрантов больше нет чувства «оторванности» от своих корней, которое сопровождало таких людей исторически и выразилось в слове «ностальгия» - «тоска по Родине». Поскольку для среднего потребителя всё везде одинаково, а Интернет позволяет при смене места жительства не только не терять ежедневную связь с близкими, но и даёт возможность получать информацию каждый день на родном языке. Именно поэтому современный человек поразительно мобилен – стала популярной разъездная работа со сменой стран, люди стали временно переезжать, чтобы просто проверить, как это – жить вне своей страны. Неоднозначность же данного аспекта состоит в том, что многие эмигранты и не думают при таких условиях ассимилироваться в общество своей новой страны. Они не стараются проникнуться ценностями принявшей их страны, многие из них даже не пытаются начать учить язык места, куда они переехали. Возникает странный раскол – люди перестают понимать, кого считать «своими», если априори по человеческой природе они не могут считать своими всех подряд. Когда такая проблема возникла при массовой миграции мусульман в Европу, европейцы не придумали ничего лучше, как объявить о ценности идеи толерантности – принятия «через силу» того, что ранее считалось неприемлемым. Но это – уже проблема политическая. Если же говорить о культуре, то глобализм и бесконтрольные миграции губят культурную идентичность стран: если ассимилироваться нет необходимости, то обязательно будет формироваться усреднённая массовая, понятная всем и каждому «псевдо-культура» [3;20].

Под процесс глобализации попал даже такой феномен, как питание, который тоже является культурным. Каждая страна может и должна иметь собственную кухню, которая тоже, наряду с другими культурными достижениями, является её «лицом». Но усреднённость добралась и сюда, внося как разнообразие в питание массового человека, так и существенно снизив его качество [1]. К первому относится распространение различных кухонь мира через рестораны для среднего класса в крупных городах, ко второму – буквально засилье ресторанов быстрого питания, которое связывают с тотальной «американизацией» всех цивилизованных культур. Во всех цивилизованных странах появилась мода на «кофе с собой», на еду навынос, на посещение заведений общественного питания вместо приготовления еды дома. Это также поляризует общество на тех, кто может себе это позволить, и тех, кто не может. Примечателен тот факт, что даже реклама общественного питания буквально изобилует «американизмами» - заимствованными словами, которые люди прошлых поколений просто не понимают, чем вызваны сноски в рекламе с переводом того, что говорят, на русский язык. И это отражает огромную культурную проблему – интеграции в европейские языки «американизмов».

Язык представляет собой знаковую систему, которая определяет сознание и, во многом, поведение человека определённой культуры. То, как мы строим фразы, являются они короткими или длинными, насколько образно мы выражаемся, отражает наш культурный уровень. Язык, при этом, и на уровне бытового общения может быть богатым и наполненным. Особенно здесь стоит отметить славянские языки, поскольку они особенно образны, особенно грамматически неточны, свободны, а значит – содержательно богаты. Глобализация, однако, не могла обойти вниманием язык, поскольку через него можно влиять на массовое сознание. «Язык формирует способ, модель мышления (и как следствие поведения) у каждого из своих носителей. Это значит, что язык приводит всех своих носителей (пребывающих в нем) к более или менее единому стандарту мышления и поведения. Одним из возможных сценариев развития процесса глобализации является приведение всего мира к единому стандарту, и это не может быть осуществлено без единого универсального «глобального» языка» [5;20]. Таким языком, универсальным для заимствований, стал английский в его американском варианте, в результате чего сегодня, в частности, в русском языке такое количество заимствований, что зачастую кажется, что язык бытового общения в нашей стране полностью трансформирован. При этом употребляющие заимствования люди очень редко могут бегло разговаривать на

языке, откуда слова заимствованы, не понимая их этимологии. Я могу говорить о тенденции заимствований как представитель российского общества, вполне возможно, что такая же тенденция наблюдается и в других славянских и даже западных странах.

Итак, глобализация идёт рука об руку с массовостью. Элитарная же культура противопоставлена массовой и практически всегда не понята массой. Для массового человека, музей – это «локация» (заимствованное слово) для фотосессии, а концерт классической музыки – прекрасное место, чтобы снимать «сториз» (ещё одно заимствованное слово). Массовость живёт демонстративом, вычурностью, она кричит и буквально жаждет быть выраженной, транслированной, потому что без своего носителя – массового человека, она погибнет [4]. Элитарность же тиха, спокойна, приватна: она существует не напоказ, а для внутреннего мира и его развития. Проводя аналогию, можно сказать, что глобально-массовое всегда как будто существует насильно, насаждается и апробируется на массовом человеке. Всё же традиционно-уникальное отличается преемственностью, основательностью, в чём-то – древностью в смысле монументальности. Глобализация никогда не была бы возможной, если бы в начале XX века не возникло такого понятия, как массовое общество, а затем – и понятия «массового человека». У глобалистов никогда не получилось бы из самобытных великих своей культурой стран создать анклав одинаковых усреднённых культур, если бы не существовало идеологии потребления, которая заменила культ «человека-творца» культом «правильного потребителя». Именно в этих явлениях – корни процесса глобализации, который не завершён, и в текущей политической ситуации в мире сложно предсказать, будет ли завершён или повернётся вспять. После эпохи Возрождения создание национальных государств считалось культурным прорывом – каждая страна утверждала свою культуру и язык как уникальную и самобытную. Всё, что мы наблюдаем сейчас, в культурном плане представляет собой регресс к Средневековью – если задуматься, мы живём в ещё более «тёмный век», где господствует подмена понятий, а человек лишён возможности и, главное, желания творить.

Культурные изменения, которые вызвала глобализация, стали глобальной проблемой современности. Однако эпоха, в которую мы живём, ещё даёт человеку шанс подумать над его истинным назначением и переосмыслить значение традиционных ценностей.

Литература:

1. Веселов Ю.В. Цзинь Цзюнкай Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур Запада и Востока, Здоровье и образование, Вып. 18, №9, 2016 – с.135-141
2. Гаврилова Н.Ю., Габитова Н.А., Чуба А.Ю. Воздействие процессов глобализации на современную культуру – Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика, №4, 2017 – с. 44-47
3. Миронова Н.В. Культура и цивилизация в условиях глобализации – Гуманитарный вектор, Т 14, №2, 2019 – с.20-26
4. Павелко Н.Н., Бухмиллер В.В. Влияние массовой культуры на формирование личности в условиях глобализации – Социально-гуманитарные знания, 2010
5. Сапожникова И.А. Тенденции речевой культуры в процессе глобализации, Вестник челябинского государственного университета, 2008, с. 18-23

ДОВЕРИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИИ РОССИЙСКИХ СМИ

Лапшинова К.В.,

кандидат социологических наук,
доцент, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Подольская А.А.,

приглашенный преподаватель кафедры общей социологии,
факультета социальных наук
НИУ ВШЭ, Москва, Россия

В фокусе данной статьи проблема восприятия информации российских молодежью и доверия ей. Результаты исследования базируются на данных опроса, который был проведен в форме анкетирования в октябре 2022 года. Выборка составила 198 информантов в возрасте от 18 до 30 лет, проживающих в Московском регионе. Гендерный состав: 52,5% женщин и 47,5% мужчин.

Проблема доверия молодежи к информации СМИ стоит достаточно остро. Почти одинаковое количество респондентов доверяют официальным российским СМИ (46,1%) и не доверяют им (42%).

Результаты исследования показали, что участники опроса стараются воспринимать информацию СМИ критически. У них существуют критерии, по которым они пытаются оценить достоверность информации. В частности, респонденты обращают внимание на уровень профессионализма эксперта, от которого исходит информация; на наличие/отсутствие ссылок на официальный источник, из которого взята информация; на авторитетность СМИ.

Ключевые слова: *средства массовой информации, информация, молодежь, доверие источникам информации, достоверность информации.*

YOUTH TRUST IN RUSSIAN MEDIA INFORMATION

Lapshinova K. V.,

PhD {Sociology}, associate professor of the
Department of Humanitarian and Social Disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Podolskaya A. A.,

Visiting Lecturer of the Department of General Sociology
of the Faculty of Social Sciences
Higher School of Economics, Moscow, Russia

The focus of this article is the problem of perception of Russian media information by young people and trust in it. The results of the study are based on data from a survey that was conducted in the form of a questionnaire in October 2022. The sample consisted of 198 informants aged 18 to 30 living in the Moscow region. Gender composition: 52.5% women and 47.5% men.

The problem of young people's trust in media information is quite acute. Almost the same number of respondents trust the official Russian media (46.1%) and do not trust them (42%).

The results of the study showed that survey participants try to perceive media information critically. They have criteria by which they try to evaluate the reliability of information. In particular, respondents pay attention to the level of professionalism of the expert from whom the information comes; the presence / absence of references to the official source from which the information is taken; on the credibility of the media.

Key words: *mass media, information, youth, trust in information sources, reliability of information.*

В современном мире информация играет первостепенную роль. За последние годы, с развитием и все более широким использованием сети Интернет в обществе, проблема доступности проверенной информации становится все более актуальной.

По данным ВЦИОМ, чаще всего россияне узнают новости экономики и общественно-политической жизни страны и своего региона из каналов центрального телевидения (47%), социальных сетей и блогов в интернете (42%). При этом главными источниками новостей о событиях в нашей стране служат телевидение (42%, 11-19% среди молодежи), социальные сети и блоги в интернете (21%, 35-45% среди молодежи). [4].

Интернет-пространство становится средой социализации представителей поколения «digital native», с раннего возраста погруженных в виртуальное взаимодействие [1, С. 452].

Одним из аспектов проблемы, является то, что СМИ обладают не только информационно-просветительской функцией, позволяя пользователям добывать любую информацию, но очень часто информационные источники несут деструктивную функцию, деформируя ценностные ориентиры [5, С. 70].

В этих условиях особое место занимает уровень доверия молодежи к имеющейся информации на тех или иных информационных ресурсах.

С целью изучения восприятия информации российских СМИ молодежью и доверия ей, авторами был проведен опрос в форме анкетирования в октябре 2022 года. Выборка составила 198 информантов в возрасте от 18 до 30 лет, проживающих в Московском регионе. Гендерный состав: 52,5% женщин и 47,5% мужчин.

Наиболее популярными СМИ, из которых респонденты чаще всего узнают информацию о событиях в России и за ее пределами, согласно результатам анкетирования являются РИА Новости (58,7%), Вести.ru (31,8%) и РБК (31,3%).

Что касается социальных сетей, из которых участники опроса получают информацию, то здесь традиционно лидирует сеть ВКонтакте (69,7%). С большим отрывом идут такие площадки как Instagram* (30,3%) и Telegram (28,2%).

**Принадлежит организации Meta, которая признана экстремистской и запрещена в РФ.*

Одной из задач исследования было понять, с какими способами подачи информации на телевидении и в интернете чаще всего сталкиваются информанты. Результаты опроса показали, что самым распространенным способом, по мнению опрошенных, является повторение одного и того же материала. Характерно, что этот вариант ответа был выбран как самый популярный и в отношении интернет-пространства (46,4%), и в отношении телевидения (49,2%). Также респондентами было отмечено, что в интернет-среде информация часто подается без контекста (45,4%) и при подаче информации упор делается на то, чтобы вызвать сильные эмоции (45,4%). Что касается телевидения, то здесь упор при подаче информации делается на сенсационность и срочность (44,1%). Информация также как в интернете часто направлена на то, чтобы вызвать сильные эмоции (43,6%). Интересно отметить, что откровенная дезинформация, по мнению респондентов, чаще встречается в интернете (32,7%), а не на телевидении (17,3%). Более подробная информация представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Ответы респондентов на вопрос: «С какими способами подачи информации Вы наиболее часто встречаетесь в интернет-пространстве и на телевидении?» (%)

Результаты опроса показали, что почти половина опрошенных доверяет российским официальным СМИ (46,1%). Только 15% респондентов доверяют российским оппозиционным СМИ и 6,7% – зарубежным средствам массовой информации. Стоит отметить, что 42% участников опроса никаким СМИ не доверяют (см. рис. 2).

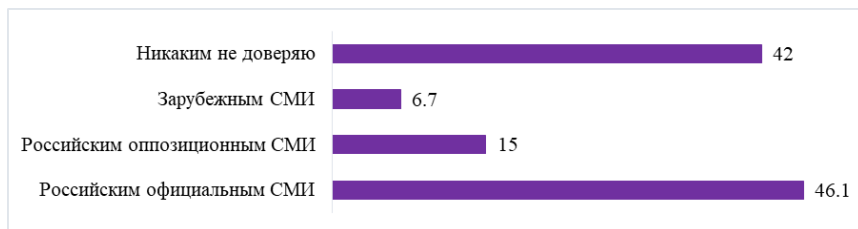


Рисунок 2. Ответы респондентов на вопрос: «Каким новостным источникам Вы больше доверяете?» (%)

Также некоторые молодые люди демонстрировали ясный критический подход к восприятию информации. Это наглядно демонстрируют их суждения: «...любую информацию надо проверять, чем я и занимаюсь», «Везде стараюсь фильтровать информацию, правда есть везде, но лишь часть. Нужно искать истину», «Нельзя доверять одному источнику, нужно рассматривать несколько и искать истину где-то между», «Скептически отношусь ко всем источникам информации, пытаюсь собрать более целостную картину».

Современное информационное поле невозможно представить без блогеров. Так, политологи, высказывают мнение, что сегодня они играют роль лидеров общественного мнения, формирующих отношение молодёжи к политическим событиям, конструирующих гражданскую повестку дня, которая, как правило, отличается от официальной, создаваемой государственными каналами и СМИ. Вместе с тем, каналы, представляющие официальную точку зрения действующей власти, значительно уступают оппозиционным каналам в плане репрезентации материала [2, С. 54].

Согласно исследованию политолога В. А. Касамары и ее коллег ролики современных YouTube-блогеров находят сильный эмоциональный отклик у молодежи по нескольким причинам: они затрагивают волнующие подростков темы, апеллируют к ценностям, разделяемым молодыми людьми, – доступное образование, борьба с коррупцией, экология, пацифизм. Одним из аспектов доверия к блогерам у подростков является то, что они, «в отличие от традиционных СМИ, показывают жизнь правдиво, без прикрас» [3 С. 14, 19].

В нашем исследовании был сделан акцент на то, как респонденты оценивают уровень компетентности интернет-блогеров, рассказывающих о политической и социально-экономической ситуации в России. Почти половина информантов (46,7%) сходится во мнении, что интернет-блогеры в основном не особо компетентны, они просто высказывают свою личную субъективную оценку событий. Около трети 27,9% опрошенных напротив полагают, что они в основном образованные и критически мыслящие люди (27,9%), а 20,8% участников опроса уверены, что блогеры не компетентны, а просто зарабатывают деньги на злободневных темах (см. рис. 3). Также респонденты отмечали, что блогеры в свой контент «добавляют реальные факты, которые не желательны для показа на официальных каналах».

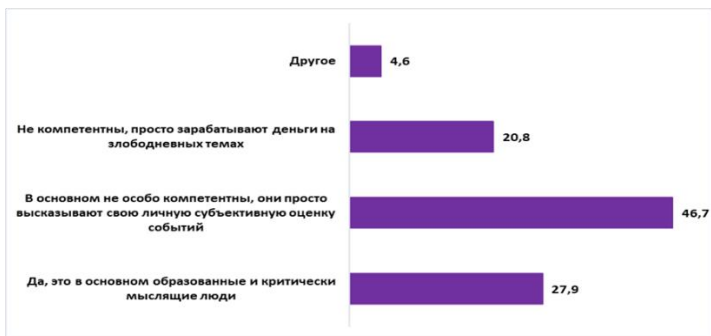


Рисунок 3. Ответы респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, в своем большинстве, интернет-блогеры, рассказывающие о политической и социально-экономической ситуации в России компетентны в той области, о которой рассказывают?» (%)

Было важно понять, что обычно заставляет респондентов усомниться в достоверности информации, которую они получают из СМИ. Результаты исследования показали, что такими факторами являются ситуации, когда информация исходит от человека, который не является профессионалом в этой области (61,4%); отсутствуют ссылки на официальный источник, из которого взята информация (56,3%); информация опубликована в «желтой прессе» (47,7%). Каждый третий участник опроса (35,5%) отметил роль интуиции в отсеивании недостоверной информации. Более подробная информация представлена на рис. 4.



Рисунок 4. Ответы респондентов на вопрос: «Что Вас обычно заставляет усомниться в достоверности информации?» (%)

Интересно было узнать, по каким критериям молодые люди обычно определяют, что информации можно доверять. Данные, полученные в ходе анкетного опроса, позволяют выделить следующие критерии: присутствие ссылок на официальный источник (60,9%), авторитетность СМИ (58,9%), информация поступает от профессионала в своей области (56,3%). Каждый пятый участник опроса (20,3%) доверяет своей интуиции в этом вопросе. Для 19,3% респондентов важно, чтобы информация исходила от человека, которому они доверяют, а 15,2% опрошенных ценят те мнения, которые совпадают с их собственными (см. рис. 5).



Рисунок 5. Ответы респондентов на вопрос: «По каким критериям Вы обычно определяете, что данной информации можно доверять?» (%)

При изучении восприятия информации российских СМИ молодежью и доверия ей, важно было рассмотреть информацию какой направленности о ситуации в стране чаще получают респонденты из сети Интернет. Показательно, что около трети опрошенных (31,8%) почти каждый день встречаются с критикой российской действительности в интернет-пространстве, 27,3% – несколько раз в неделю, а 16,7% несколько раз в месяц, 3,5% несколько раз в год. Только 5,1% молодых людей не встречали подобной информации. В тоже время, информацию о достижениях в стране респонденты видят в сети реже. Так, 26,3% участников опроса встречают такой контент несколько раз в неделю. Еще 25,8% – несколько раз в месяц. Только каждый пятый опрошиваемый (22,7%) – каждый день. В целом, можно сказать, что чаще молодежь в большей степени сталкивается с негативной информацией о России, чем с позитивной (см. рис. 6).

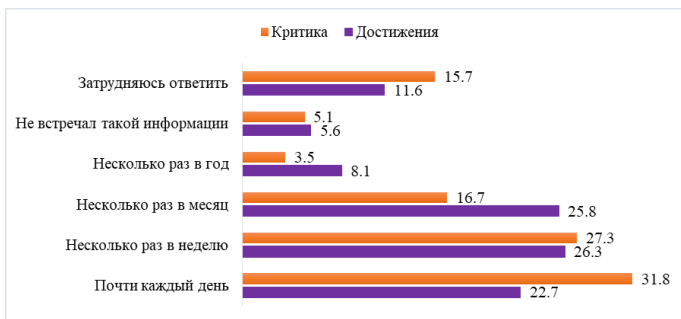


Рисунок 6. Ответы респондентов на вопрос: «Как часто в Интернет-пространстве встречается информация о российских достижениях или наоборот критика российской реальности?» (%)

В заключение можно сказать, что проблема доверия молодежи к информации СМИ стоит достаточно остро. Почти одинаковое количество респондентов доверяют официальным российским СМИ (46,1%) и не доверяют им (42%).

Также в СМИ часто применяются манипулятивные способы подачи информации. Самым распространенным способом, по мнению опрошенных, является повторение одного и того же материала. Это характерно и для телевидения, и для интернет-пространства. Помимо этого, информация часто подается без контекста. При подаче информации упор делается на то, чтобы вызвать сильные эмоции и на сенсационность. Откровенная дезинформация, по мнению респондентов, чаще встречается в интернете, чем на телевидении.

Молодежь в СМИ чаще сталкивается с негативной информацией о РФ, чем с позитивной.

Результаты исследования показали, что участники опроса стараются воспринимать информацию СМИ критически. У них существуют критерии, по которым они пытаются оценить достоверность информации. В частности, респонденты обращают внимание на уровень профессионализма эксперта, от которого исходит информация; на наличие/отсутствие ссылок на официальный источник, из которого взята информация; на авторитетность СМИ. Несмотря на то, что молодые люди пытаются проверять и логически анализировать поступающую из СМИ информацию, тем не менее не всем удастся избежать субъективизма в этом вопросе. Многие доверяют своей интуиции. Для каждого пятого (19,3%) важно, чтобы информация исходила от человека, которому они доверяют. А 15,2% опрошенных ценят те мнения, которые совпадают с их собственными.

Информацию, поступающую от интернет-блогеров, участники опроса тоже пытаются критически анализировать. Почти половина информантов (46,7%) сходится во мнении, что интернет-блогеры в основном не особо компетентны, они просто высказывают свою личную субъективную оценку событий. А 20,8% участников опроса уверены, что блогеры не компетентны, а просто зарабатывают деньги на злободневных темах. Соответственно уровень доверия респондентов к контенту интернет-блогеров может сильно различаться.

Литература:

1. Богдановская И.М., Углова А.Б., Королева Н.Н. Психологические факторы доверия к популярным видеоблогерам у современной молодежи // Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2021 Т. 18 № 3 С. 451–467. С. 452.
2. Гигаури Д.И., Гуторов В.А., Ширинянц А.А. Youtube-блогеры как лидеры общественного мнения молодежи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2019. №3 (60). С.51-58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/youtube-blogery-kak-lidery-obschestvennogo-mneniya-molodyozhi-novye-tehnologii-formirovaniya-identichnosti-v-virtualnom> (дата обращения: 26.11.2022).
3. Касамара В.А., Сорокина А.А., Шилина А.Н. YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2021. № 3. С. 7-21.
4. Медиапотребление и активность в интернете. Аналитический обзор. // ВЦИОМ. 23 сентября 2021 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 21.11.2022).
5. Мирзаханова З.А., Мирзаханов Д.Г. Роль СМИ в формировании ценностных ориентаций у современной российской молодежи. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №5. С.68-72. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-formirovanii-tsennostnyh-orientatsiy-u-sovremennoy-rossiyskoj-molodezhi> (дата обращения: 20.10.2022).

СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ГОРОДА КОРОЛЕВ

Кирилина Е. А.,

студент 3-го курса социологического факультета
ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова», Москва, Россия

Настоящая статья посвящена анализу символического капитала города на примере крупнейшего наукограда Российской Федерации – Королева.

Автор отмечает, что город Королев, несмотря на его небольшой возраст, обладает весомым символическим капиталом, носителем которого являются общественные пространства, памятники, личности. Они позволяют его жителям идентифицировать себя с конкретным городом, с его особыми местами, получать знания, престиж и передавать его будущим поколениям.

В статье делается вывод, что, проанализировав историю города, учитывая исторический контекст, в котором создавался город, можно выявить аспекты его символического капитала. Это очень ценно при изучении в сфере социологии города, так как данные элементы городского пространства оказывают прямое влияние на его будущее.

Ключевые слова: *символический капитал, социологии города, символ места; территориальная идентичность, коллективная память.*

SYMBOLIC CAPITAL OF THE KOROLEV CITY

Kirilina E. A.,

3rd year student of the Faculty of Sociology
Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Moscow, Russia

This article is devoted to the analysis of the symbolic capital of the city on the example of the largest science city of the Russian Federation - Korolev.

The author notes that the city of Korolev, despite its small age, has a significant symbolic capital, which is carried by public spaces, monuments, and personalities. They allow its inhabitants to identify themselves with a particular city, with its special places, to gain knowledge, prestige and pass it on to future generations.

The article concludes that by analyzing the history of the city, taking into account the historical context in which the city was created, it is possible to identify aspects of its symbolic capital. This is very valuable when studying in the field of sociology of the city, since these elements of urban space have a direct impact on its future.

Key words: *symbolic capital, urban sociology, place symbol; territorial identity, collective memory.*

Символический капитал города часто рассматривается в исследованиях через коммуникативную парадигму. В ней вся социальная совокупность представлена в виде связующих коммуникативных процессов, а культура – как бесконечная цепь коммуникаций, которая позволяет соединять не только нынешних граждан города, но и целые поколения.

Данная тема особенно интересовала ученых социологии города. В особенности представители Чикагской школы часто использовали социально-экологический метод. Он предусматривал изучение социума, не отделяя его от окружающей среды (города). В рамках данного исследования это очень ценно, так как символический капитал города формируется в объединении территории и городского сообщества.

Город Королев, несмотря на его небольшой возраст, обладает самым символическим капиталом, носителем которого являются общественные пространства, памятники, личности. Они позволяют его жителям идентифицировать себя с конкретным городом, с его особыми местами, получать знания, престиж и передавать его будущим поколениям.

Термин «символический капитал» был введен Пьером Бурдьё. В рамках его изучения «символический капитал – это репутация, доброе имя чего-либо» [6]. Ученый классифицировал символический капитал на экономический, культурный и социальный. Однако впоследствии это понятие было применено в изучении городов, которое требовало уже немного другой интерпретации и структуры. Символический капитал всегда строится на ценности заданного объекта.

Среди отечественных представителей изучения символического капитала города можно назвать Н.Г. Федотову, которая также обращала внимание на особую роль термина «ценность» в дискурсе о символическом капитале. С точки зрения культуролога, «ценность» раскрывается с помощью следующих концептов:

1. Доверие к территории;
2. Символ места;
3. Территориальная идентичность;
4. «Дух места»;
5. Коллективная память;

Город Королев вырос из поселка Калининский, в котором в 1942 году было открыто Центральное артиллерийское конструкторское бюро (ЦАКБ). В условиях ожесточенной войны город обрел определенную ценность для всей страны. После окончания военных действия город сменил курс. В 1946 году в Королеве начинается разработка баллистических ракет, после чего уже в 1950 году здесь был создан НИИ по разработке реактивной техники. В эти же годы город застраивается, именно

поэтому исторические памятники сегодня отражают период начала освоения космоса в стране. К примеру, один из важнейших исторических районов города на улице Фрунзе был построен именно для работников НИИ (рис 1.).



Рисунок 1. Улица Фрунзе в Королеве

Важно, что при застройке города была поставлена цель не просто построить жилые кварталы, которые бы вместили максимальное количество людей, а создать комфортные условия для проживания, используя определенные методы планирования. Подобное можно увидеть во многих в наукоградах страны.

В 1930 году была выпущена книга «Соцгород: проблема строительства социалистических городов» Н. Милютина, по которой можно наблюдать примеры урбанизации, являющимися стандартами в СССР. Опираясь на эту работу, важно выделить, что автор приводит два основных подходов в застройке городов:

1) «Соцгород» – это инструкция по проектированию жилых кварталов для рабочего класса.

2) «Линейный город» – это инструкция проектирования, основанная на поточно-функциональной системе городов [3].

3) Однако, когда дело дошло до научных поселений, ситуация изменилась. Управлением строительства наукоградов занимались союзные министерства и другие центральные ведомства, а также Академия наук СССР. До Королева уже существовали другие наукограды страны, с которых можно было брать пример и в которых использовались современные концепции с целью сделать город наиболее комфортным. Например, инженер-градостроитель В.Н. Семенов при работе над застройкой наукограда Жуковский впервые использовал концепцию «город-сад» Э. Говарда. Это показывает, что подобные города явно были в приоритете и могли позволить себе больше, чем жилые кварталы для рабочего класса.

Город Королев не был исключением. Сегодня можно наблюдать определенные морфотипы при строительстве домов. Очень важно заметить, что особое внимание уделялось озеленению города, формированию зеленых зон.

При изучении символического капитала также важно отметить и его символ места. Он необходим городу, так как от этого зависит его будущее развитие [4]. Процесс узнавания территории, получившей более глубокий и важный смысл, дает возможность развивать его через символическую экономику, о которой писала Ш. Зукин – американский урбанист. «Символическая экономика объединяет деятельность в области финансов, развлечений, трудовых ресурсов, культуры и дизайна» [1, с.?). Символическая экономика зиждется на культуре общественных пространств, а также публичной культуре, под которыми автор понимает «процесс нахождения образов, приемлемых для большого количества людей» [1, с. 40]. Она основывается на двух элементах: «производство пространства, в котором финансовые инвестиции взаимодействуют с культурными смыслами, и производство символов, которые являются и валютой коммерческого товарооборота, и языком социальной идентификации» [1, с. 44-46]. Также очень важно обратить внимание, на то, что из этого и рождается идея идентичности города.

Символ места строится именно на базе «узнавания», «различных отличий» данного города от других. Королев передает это именно через свой статус космической столицы России.

Тем не менее символический капитал через символ места важно поддерживать. Обычно это осуществляется разными способами: «Частью социокультурного подхода к брендингу территории следует назвать не только опору на территориальную идентичность в разработке бренда, но и продвижение территории с помощью культурных событий (фестивалей, праздников) и художественных текстов (произведений литературы, живописи и пр.), способных вызывать ассоциации с территорией, повышать ее известность и узнаваемость» [5, с. 147]. Наукоград Королев определенно обладает перечисленными элементами, особенно ценно сохранять за ним статус космической столицы.

При изучении городов очень часто наблюдаются различного рода трансформации. При любой реконструкции или сносе зданий важно отметить роль коллективной памяти. Тема коллективной памяти в социологическом сообществе ведется довольно давно. Одним из ярких представителей, исследовавшим этот вопрос, является Морис Хальбвакс. Представитель Французской социологической школы описал свой взгляд на подходы в изучении коллективной и индивидуальной памяти. Он верит, что индивидуальная и коллективная память неотделимы друг от друга. Важно обратить внимание на то, что, по мнению ученого, индивидуальная память строится из понятий (символов), которые созданы благодаря коллективной памяти. То есть при описании различных событий жизни индивида (или горожанина), он использует название уже созданных мест, названия улиц. Чтобы описать события, произошедшие с жителями города, они должны использовать «чужие воспоминания», «общие воспоминания». Для города это очень важный аспект, ракурс его изучения. В данной работе теми «символами», о которых писал еще Морис Хальбвакс в прошлом веке, выступают конкретные места, атмосфера, дух города, который он накопил за года существования.

Королев определенно обладает коллективной памятью, причем насыщенной. Это может увидеть на примере решений, принимаемых жителями наукограда. Например, в 2019 году была совершена попытка сноса одного из главных исторических районов города. Речь идет о районе на улице Фрунзе, который сегодня находится рядом с железнодорожной станцией «Подлипки-Дачные». Несмотря на различного рода способы убедить местных граждан в необходимости разрушения исторического района ради создания более комфортного района, жители не стали поддаваться и смогли отстоять это вместе, всем городом. Были собраны петиции, тема возможного сноса квартала получила широкое освещение в социальных сетях. Основным мотивом, а также аргументом

для этого действия стала защита исторического района, который является важной частью наукограда. На месте района предполагалась застройка многоэтажными зданиями, которые не соответствовали бы исторической застройке города. На этом примере видно, что для местных жителей было важно показать ценность исторического района.

Тот же пример можно найти касательно мозаик города, которые почти всегда отсылают к космической тематике наукограда. Несколько раз власти города с целью повысить качество городской среды предпринимали попытки сноса наследия. Тем не менее жители также объясняли свою позицию, в результате мазики были сохранены. Жители были услышаны.

Тем не менее, стоит обратить внимание и на обратную сторону передачи коллективной памяти. На примерах, представленных выше, видно, что жители помнят и знают свой город достаточно хорошо, чтобы защищать наследие его истории. Тем не менее сегодня ясно, что коллективная память города Королев – это не исторические районы и архитектура, это действия граждан относительно этих материальных объектов. В данном городе наблюдается определенная проблема: не вся молодежь готова оставаться жить здесь дальше.

Это показывает очень серьезную проблему, потому что нынешняя коллективная память города не доходит до индивидуального уровня памяти молодежи в той мере, чтобы вызывать у них желание остаться в городе и построить что-то лучшее. Сегодня для города конструируется новая реальность, которая вытесняет и искажает предыдущую.

Взрослое поколение города остается преданным той идее города, которая была заложена еще при его планировании. Однако молодежь словно строит новое отношение к городу. Тем не менее важным элементом, связующим взрослое и молодое поколение в городе, является очень высокий уровень образования. В Королеве существует множество специализированных школ, лицеев, кружков, которые предоставляют качественное образование. Лицей научно-инженерного профиля (ЛНИП), находящийся в районе Подлипки, сегодня возглавляет множество рейтингов. В 2022 году ЛНИП вошел в число лучших школ России по результатам исследования, проведенного рейтинговым агентством RAEX. Лицей занял 2-е место среди 50-ти лучших школ Московской области по количеству выпускников, поступивших в ведущие вузы страны.

Также важно отметить особую роль дополнительного образования для школьников в городе. Школа программистов в Королеве наце-

лена на обучение школьников информатике и робототехнике. Выпускники данной школы показывают очень достойные результаты при сдаче ЕГЭ и получении высшего образования.

Помимо этого, в Королеве располагается Московский областной Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова, который представляет образование по ведущим техническим направлениям.

Все образовательные учреждения города предоставляют молодому поколению возможность выбрать любую специальность, которая была бы им интересна. Это создает возможность широкого выбора для молодежи. Можно предположить, что это один из главных факторов, помимо трудоустройства, миграции молодежи. Молодые жители наукограда не просто хотят найти достойную работу, но и понимают, что действительно могут это сделать. Тем не менее это не позволяет развивать сам город, передавать его коллективную память должным образом.

Таким образом, проанализировав историю города, учитывая исторический контекст, в котором создавался город, можно выявить аспекты его символического капитала. Это очень ценно при изучении в сфере социологии города, так как данные элементы городского пространства оказывают прямое влияние на его будущее.

Литература:

1. Зукин Ш. Культура городов; пер. с англ. Д. Симановского. 2-е изд. – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – С. 419.
2. Зукин Ш. Культуры городов. Пер. с англ. Д. Симановского. М.: Новое литературное обозрение, 2015 / Е. Тыканова // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. – 2016. – № 3. – С. 155-157. – EDN XWWIQD.
3. Милютин. Н.А. «Соцгород. Проблема строительства социалистических городов. Основные вопросы рациональной планировки и строительства населенных мест СССР». Государственное издательство, Москва-Ленинград, 1930. – 81 с.
4. Тыканова ЕВ, Шарон Зукин. Культуры городов. Пер. с англ. Д. Симановского. М.: Новое литературное обозрение, 2015 / Е. Тыканова // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. – 2016. – № 3. – С. 155-157. – EDN XWWIQD.
5. Федотова Н.Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования// *Вестник Томского государственного университета Культурология и искусствоведение*. 2018. № 29. – с. 141-155
6. Bourdieu, P. (2001) *Prakticheskiy smysl* [Practical Sense]. Translated from French by A.T. Bikbov, E.D. Voznesenskaya, S.N. Zenkin, N.A. Shmatko St. Petersburg: Aleteyya.

СЕКЦИЯ 3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОМ ЗНАНИИ

ВОЗМОЖНОСТИ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРИЙНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Романов П.С.,

доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры
иностраннных языков

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье приводится обзор теоретических разработок зарубежных ученых, в основном сотрудничающих с НАСА, по многим вопросам освоения околоземного пространства. Основное внимание уделено обоснованию возможностей организации промышленного производства ряда важнейших изделий в условиях космического пространства как на международных космических станциях на различных околоземных орбитах, так и в условиях гипотетического нахождения подобного производства на лунной поверхности. Перечислены особо важные сырьевые ресурсы и изготовленные компоненты, добыча и производство в указанных условиях является особо важным проектом для Российской Федерации в современных условиях военного положения страны и санкционного давления западного мира и разрушения многих экономических связей, обоснована необходимость перехода на самообеспечение важнейшими стратегическими материалами и изделиями. К сожалению, рамки отдельного отдельного доклада на данную конференцию недостаточно широки для заявленной темы, с тем, чтобы обстоятельно проанализировать производство в космических условиях, например, таких стратегических компонентов как изделия полупроводниковой микроэлектроники. Этому вопросу автор планирует посвятить ряд последующих публикаций в печатных изданиях университета имени космонавта А.А. Леонова.

Ключевые слова: космическое пространство, промышленное производство, стратегические сырье и материалы, полупроводниковая микроэлектроника.

SPACE OPPORTUNITIES FOR SERIAL INDUSTRIAL PRODUCTION

Romanov P.S.,

Doctor of Pedagogy, associate professor, professor of the Department of Foreign Languages
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article provides an overview of the theoretical developments of foreign scientists, mainly collaborating with NASA, on many issues of the development of near-Earth space. The main focus is on the justification of the possibility of organizing the industrial production of a number of important products in outer space conditions both at international space stations in various near-earth orbits, and in conditions of hypothetical finding of such production on the lunar surface. Particularly important raw materials and manufactured components are listed, production and production under these conditions is a particularly important project for the Russian Federation in modern conditions of the country's martial law and the sanction pressure of the Western world and the destruction of many economic ties, the need to switch to self-sufficiency with the most important strategic materials and products is justified. Unfortunately, the scope of a separate individual report to this conference is not broad enough for the stated topic, in order to analyze the production in space thoroughly, for example, of strategic components such as semiconductor microelectronics products. The author is going to devote a number of subsequent publications in the print media of the University named after cosmonaut A.A. Leonov.

Key words: *outer space, industrial production, strategic raw materials and materials, semiconductor microelectronics.*

Последнее десятилетие в мировой экономике все отчетливее стала проявляться тенденция использования космического околоземного и окололунного пространства в целях добычи ресурсов, доступ к которым ограничен ввиду внешних политических и естественных природных обстоятельств, а также в целях производства высокотехнологических изделий, для изготовления которых необходимо соблюдение специфических граничных условий [1, с.3]. Такое производство в космосе представляет собой процесс изготовления необходимых изделий за пределами околоземной атмосферы. Как утверждает президент Российской Федерации, ситуация подталкивает страну к внутреннему развитию, к созданию научной приборной базы. Составными частями процесса космического производства являются доставка сырьевых ресурсов с Земли в фиксированную точку производства в космическом пространстве, их обработка и отделение чистых составляющих для технологического

процесса производства других изделий. Подобное производство в земных условиях, как правило, имеет определенные ограничения. В то же время, в открытом космосе такие факторы, как сила гравитации, допуск по параметрам атмосферы, степень загрязнения, движение воздушных потоков практически отсутствуют [2, р. 1].

Сверхчистый вакуум, отсутствие гравитации, теплоотвод и бесконечный источник энергии представляют собой явное преимущество для производства в условиях космоса. Например, для производства сверхчистых фармакологических продуктов, а также для производства специальных сплавов и выращивания кристаллов, которые невозможно получить в земных условиях, совершенно необходимо наличие сверхчистой атмосферы. Отсутствие гравитации и турбулентных воздушных потоков способствует механической сборке особо крупных и тяжелых объектов, что представляет собой трудную задачу в земных условиях. Кроме того, в космических условиях значительно легче организовать отвод тепла от производственных машин и механизмов. Возможно также использовать тепловые потоки от солнечной радиации в качестве источников тепла. Кроме того, вполне возможно в условиях космического производства снижать риски загрязнения окружающей среды. Итак, условия космического пространства предоставляют возможность организации и эффективного ведения многих производственных процессов по сравнению с земными условиями. Например, эффект микропритяжения дает отличную возможность влиять на конвекционные процессы в жидких и газообразных средах или другими словами возможность наладить направленное перемещение заряженных частиц в этих средах за счет разницы в плотности среды. Это позволяет избежать явления перемешивания под влиянием выпадения осадков в жидкостных средах. Таким образом, процессы диффузии в таких средах являются первичными методами перемешивания несмешиваемых материалов. Также эффект микропритяжения позволяет избежать необходимости применения носителей катализатора в ряде операций по соединению отдельных веществ, например, в литейном производстве. Поверхностное натяжение представляет собой процесс сжатия поверхности жидких сред под воздействием внешней силы. Отсутствие притяжения также позволяет получать идеальную сферическую форму жидкости в космосе, что очень важно при производстве методом оседания капель.

Формирование теней в космосе дает человеку возможность находить участки космоса с очень низкой температурой, почти равной абсолютному нулю. В таких зонах удобно хранить ряд материалов и типов сырья. В них удобно осуществлять конденсацию парообразных веществ при электрофрезе с целью получать особо чистые металлы.

Зарубежные исследователи придерживаются весьма оптимистичной позиции относительно возможностей организации промышленного производства многих образцов продукции в условиях космоса. Перед организаторами этого процесса стоит задача сделать его экономически выгодным, снижая накладные расходы и добиваясь рентабельности такого производства. В этом аспекте необходимо устранить все препятствия по транспортировке исходных материалов на космическую орбиту. Если только удельные затраты по транспортировке одного килограмма веса исходного сырья будут значительно снижены, то это несомненно привлечет будущих инвесторов и организаторов производства.

В число экономических условий рентабельного производства в космосе входит, несомненно, и необходимость снижения расходов энергии по транспортировке исходного сырья. Экономическая целесообразность транспортировки сырья на космическую орбиту напрямую зависит от изменения скорости такого перемещения из точки добычи сырья в точку непосредственного производства. Околоземные астероиды и лунная поверхность обладают гораздо меньшими изменениями скорости перемещения, нежели перемещения с поверхности Земли на околоземную орбиту.

В качестве успешных инициатив по развертыванию промышленного производства в условиях космоса можно привести ряд проектов, осуществляемых под эгидой НАСА на международных космических станциях, поддерживаемых в том числе и Россией. Общеизвестен успешный эксперимент, выполненный российскими космонавтами по проведению сварочных работ в открытом космосе. Три различных сварочных процесса были эффективно реализованы при помощи специального оборудования, в том числе сварка алюминия, титана и стали. К успешным экспериментам в этой области относится деятельность экспедиции Скайлаб, осуществленная в далеком 1973 году. В состав эксперимента входила работа многоцелевой электропечи, камера по выращиванию искусственных кристаллов, электронно-лучевая катодная трубка. К числу успешно завершенных экспериментов можно отнести обработку материалов расплавленным металлом; фотография процессов поджига и горения материалов в условиях отсутствия земного притяжения; выращивание кристаллов; обработка несмешивающихся сплавов; пайка нержавеющей труб твердым припоем; сварка электронным лучом и образование сферических поверхностей расплавленным металлом. В феврале 1994 года и сентябре 1995 года под эгидой НАСА был реализован еще один инновационный проект по экспериментальному производству в космосе, носивший название Wake Shield Facility (WSF), размещенный на одном из шаттлов на низкоземной орбите. В рамках реализации этого

проекта для космической платформы WSF были предусмотрены роботизированные комплексы, а также маневровые реактивные двигатели, которые давали возможность расположить платформ на определенном расстоянии от самого шатла около 55 км. В этот же момент космический челнок находился на околоземной орбите в 300км. Другими словами, это была зона термосферы, где наличествует высокая степень разреженности земной атмосферы. Орбитальная скорость платформы превышала в три или четыре раза скорость молекул газа в этом слое термосферы. Это позволило платформе оставлять на траектории движения конусообразный след, в котором совершенно отсутствовали молекулы газа. В рамках этого следа возникал глубокий вакуум, который давал возможность устроить производство эпитаксиальных полупроводниковых пленок. Отдаленность платформы от шатла позволило препятствовать появлению загрязнений в выращиваемых материалах, добываясь производства сверхчистых полупроводниковых материалов, что, безусловно, положительно сказалось на физических характеристиках полупроводниковых материалов. Спустя два дня интенсивной работы шатл вновь сблизился с платформой и при помощи роботизированной руки-крана захватил платформу. Платформа WSF была запущена в космос еще три раза, на платформе нашло свое применение вакуумная среда, появившаяся в виде следа на траектории полета аппарата, а также производство тонкопленочных полупроводниковых материалов ---арсенида галлия и алюминия в соединении с этим же материалом. Применение последнего помогает получить полупроводниковые материалы с широким энергетическим барьером.

Обобщая все состоявшие опыты и эксперименты, связанные с промышленным производством в космосе, можно уже перечислить некоторые аспекты такого производства. Все рассматриваемые и получившие свое перспективное развитие аспекты промышленного производства можно подразделить на три основных направления. Это добыча полезных ископаемых или сырья, разделение металлов и минералов и некоторые технологические операции.

Поле добыча полезных ископаемых очерчивается поверхностью Луны и тех малых космических тел, к которым относятся астероиды метеориты. К разделению минералов и металлов в условиях космического промышленного производства имеют отношение извлечение методом испарения; извлечение методом электролиза; обогащение руды магнитным методом; обогащение руды методом электростатики; метод электрофореза; метод флотационного обогащения. Непосредственно к процессам промышленного производства в условиях космоса относятся такие технологические процессы, как сварка; порошковая металлургия;

нарезание; внеконтейнерная обработка; распечатка на принтере методом 3D; испарение и капельное осаждение.

На современном этапе технического, экономического прогресса, на фоне геополитической ситуации в мире особый интерес для стран-участниц освоения околоземного космического пространства особый интерес представляет добыча полезных ископаемых. Любой промышленный процесс изготовления продукции специального назначения требует бесперебойного снабжения сырья и материалов. Промышленное производства в космических условиях в этом отношении не составляет исключения. Поскольку доставка сырья и материалов для промышленного производства на околоземную орбиту представляет весьма сложную технически и дорогостоящую операцию, то альтернативный этому вариант представляет собой разработку месторождений полезных ископаемых и их добычу в целях бесперебойного обеспечения технологических операций, а также переправку в точки изготовления. Безусловно, добыча полезных ископаемых в условиях открытого космоса, будь-то поверхность Луны или поверхность крупных астероидов, имеет существенные отличия от аналогичных процессов в чисто земных условиях. Анализ образцов лунной почвы и сравнение химико-физических реакций в лунных и земных условиях дает возможность заложить основы производственных процессов в космических условиях пока в аспекте гипотез. Тем не менее, появляются основания для определенных выводов, особенно в отношении разработки образцов железной руды и некоторых других скальных пород. Среди доставленных с Луны образцов полезных ископаемых наличествовали анортиты (соединения кальция, алюминия, кислорода и кремния); оливины (то есть соединения магнезиума и железа); ильмениты (соединения окисей титана и железа); пироксены (соединения окиси магния с кремнием, железом, кальцием). Такие металлы как железо, алюминий, магний и кальций были обнаружены лишь в форме окислов. Кислород является основным компонентом всех обнаруженных в лунной почве минералов, которые в основном представлены в форме окислов металлов и неметаллов. Анортиты можно рассматривать как исходную форму соединений алюминия, из которых экономически целесообразно наладить добычу самого металла. Кальций – это четвертый по степени распространения элемент, встречающийся в лунной почве. Можно также наладить добычу титана из ильменитов. Кислород и кремний теоретически можно извлекать из оливина, пироксенов и разновидности магматической породы-анортозит. В итоге можно сказать, что по степени убывания содержания в лунной почве обнаруживаются кислород (более 40 %), кремний (более 20-ти %), железо

(свыше 10-ти %), кальций, алюминий и магний (менее десяти процентов).

Помимо лунной почвы другим источником добычи полезных ископаемых комического происхождения являются остатки астероидов и комет, которые в силу воздействия результирующих сил притяжения различных планет попадают в околоземное пространство. Называя их более точно, это будут околоземные астероиды, околоземные кометы, большое количество остатков космических кораблей на солнечной орбите или другими словами космический металлолом, а также крупные метеориты, транспортировка которых к месту добычи металла технически осуществима еще до столкновения их с Земной поверхностью. Относительно физической структуры комет можно сказать, что во многом они состоят из льда, поскольку в месте их формирования было холодное пространство за пределами солнечной системы. В то же время большинство известных метеоритных потоков формируются в пределах этой системы в космическом пространстве между Марсом и Юпитером. Состав таких объектов нестабилен и зависит от места образования их в космическом пространстве, но большинство исследованных астероидов содержат определенное количество свободных металлов, главным образом соединения никель-железо-кобальт, которое можно использовать в промышленных целях. Ценным ресурсом, получение которого возможно с астероидов, является вода. Эту воду можно превратить в компонент ракетного топлива или доставить на Землю для пополнения запасов пресной воды нуждающимся странам. Кроме воды вполне возможно найти практическое применение легкоиспаряющиеся вещества как соединения азота, углекислого газа и метана. Вышеназванные соединения находятся в достаточном количестве для эффективной добычи их в космических условиях. Состав любого космического объекта можно определить методом отражательной спектроскопии.

После доставки исходного сырья с поверхности луны или мелких космических объектов происходит обогащение руды и добыча металлов. Расслоение минералосодержащей почвы проводится на основе физико-химических, электромагнитных, металлургических характеристик минералов.

Для добычи воды, кислорода, серы, углерода и некоторых других применяется термоэкстракция летучих соединений. В таком подходе сырье, будучи помещенным в специальные печи, обычно подвергается нагреванию с помощью солнечной энергии и системы специальных зеркал, концентрирующих солнечные лучи. В результате такого нагревания

происходит испарение летучих веществ, после чего эти соединения подвергаются охлаждению и заморозке. При чем для заморозки вовсе не требуется дополнительная энергия и специальные компоненты – достаточно переместить контейнер со смесью в космическую тень. Помещенные в цепочку контейнеров смеси будут подвергаться заморозке при разных температурах, точнее говоря при разном периоде охлаждения. Таким образом, из ледяной фракции будут добываться кислород и водород; из силикатов – кислород, кремний и алюминий; из окиси углерода – кислород.

Другим типом добычи полезных ископаемых в условиях космического пространства является, как уже упоминалось, электролитическая экстракция или электрофорез. Электролиз представляет собой технологический процесс, в ходе которого применяются свойства электрического тока для выделения металлов, кислорода и некоторых окислов из минеральных веществ. Суть операции представляют собой два электрода, которые погружают в расплав минерального вещества и на которые подается электронапряжение. В результате металлы внутри этого расплава начинают перемещаться к электроду с отрицательным потенциалом (к катоду), а кислород – к положительно заряженному электроду (к аноду). Операцию электролиза также можно применить для выделения из минерального расплава окисла какого-нибудь металла, что более эффективно в данном случае, например, для создания специальных керамических смесей. Тщательный подбор величины напряжения, прикладываемого к электродам, силы тока, уровня температуры рабочей смеси и некоторых других граничных параметров позволяет регулировать процесс электролиза таким образом, чтобы выделить из расплава необходимые вещества. Учеными всего мира с успехом проведены соответствующие опыты по электролизу лунных материалов с целью получения химически чистых веществ, причем в этих опытах ставились задачи получения оксидов этих материалов добавляя определенные присадки, например, карбонат кальция, сульфиды и т.п. Поскольку во время этой операции очень важную роль играет отсутствие давления атмосферы на металлические соединения при самых различных температурах, то металлы будут выделяться на катоде в твердом, жидком и газообразном состоянии. В газообразном состоянии или парообразном состоянии будут выделяться алюминий, кальций, натрий, калий, марганец: железо и кремний могут быть как в твердом, так и в жидком состоянии в зависимости от температуры в ванне, а титан будет осаждаться на катоде в твердом состоянии.

Электрофорез в промышленном производстве рассматривается как перемещение зараженных частиц-ионов-во внешнем электрическом поле. В растворах перемещение ионов между электродами создает электрический ток. При этом отрицательный электрод (катод) испускает электроны, а положительный электрод принимает эти электроны, и электрическая цепь замыкается. Катионы или положительно заряженные ионы движутся по направлению к катоду, анионы или отрицательно заряженные ионы - по направлению к аноду в условиях действия внешнего электрического поля. Далее, если между электродами разместить зерна минералов, которые необходимо разделить, то вследствие отсутствия силы тяжести эти зерна окажутся во взвешенном состоянии, то есть не будут выпадать в осадок. Электрические заряды будут проходить через толщу раствора от одного электрода к другому, и минералы при этом будут приобретать электрический заряд. Вследствие различий в молекулярном строении минералов последние будут приобретать различные электрические заряды. Различные минералы будут перемещаться в толще раствора и постепенно занимать определенное положение между стенками электролизной ванны и относительно минералов с другим электрическим зарядом. Минералы одного типа будут образовывать определенный слой в ванне в параллельной плоскости, а также параллельно слоям минералов с другим электрическим зарядом. На эффективность электрофореза в земных условиях отрицательно влияет легкий вес фракций и наличие земного притяжения, которое вызывает эффект конвекционных токов. В условиях космической невесомости такие эффекты удастся значительно снизить, получая тем самым химически чистое вещество.

Обогащение руды при помощи магнитных полей начинается с тщательного перемалывания сырья, добываясь как можно мелкой фракции исходного материала. После этого измельченный материал прогоняется через магнитное поле, которое позволяет отделить металлическую фракцию (никель и железо) от неметаллов (кремний). Даже после тщательного измельчения часть немагнитных частиц прилипает к намагниченным частицам, поэтому в технологический цикл включают измельчение ударным воздействием и повторное отделение, что позволяет максимально полно отделить металлические частицы от неметаллических. В результате цикла повышается выход железо-никелевых фракций. Поток всех частиц попадает на магнитные барабаны, после чего неметаллические частицы отражаются от них, а металлические наоборот-прилипают к барабанам и удаляются с них специальными скребками. Жернова-измельчители представляют собой специальные

круги, вращающиеся с большой скоростью, и перемещают исходные материалы, бросая их на измельчители. После этого прилипшие к металлическим частицам неметаллические фракции отделяются от них и затем просеиваются через сита. Просеянная фракция вновь направляется на магнитные барабаны до тех пор, пока не остается химически чистый компонент никель-железо. Эффективность применения указанного метода полностью зависит от величины притяжения Земли, но в ходе обработки требуется подключение искусственной гравитации, что достигается применением центрифуг. Идеальным условием процесса служит наличие глубокого вакуума и отсутствие любых малейших потоков воздуха, способных нарушить перемещение обрабатываемого материала.

Электростатический метод обогащения руды – это еще один из подходов к промышленному производству в условиях космоса. Вначале этот метод предполагает подачу материала на специальные устройства по калибровке частиц исходного материала в соответствии с размерами зерен. Прошедшие операцию разбраковки зерна определенных размеров подаются в рабочую зону измельчения, после чего вновь могут быть направлены на обработку с целью получения однородной массы. Последующим шагом должно стать непосредственное воздействие на частицы исходного материала электростатическим полем. Рабочим принципом метода электростатического обогащения руды является обретение конгломератами исходного сырья различных уровней статического электричества в соответствии с их структурой, а затем изменяют направление своего перемещения под воздействием электростатического заряда. Пойдя разбраковку по размерам эти частицы вновь повторяют цикл обогащения до тех пор пока не становятся химически чистыми материалами. Зерна свободно проходят через пространство, в котором расположены силовые линии электростатического поля в обогатителе. Для перемещения зерен сырья на наклонную плоскость или размещения их сквозь вращающиеся барабаны с определенным электростатическим зарядом. Зерна с одинаковой величиной заряда прилипают к барабанам, а другие падают на подложку под воздействием центробежной силы или в результате воздействия силы тяжести. Различные минералы ведут себя по-разному в результате внешнего воздействия, поэтому заряд частиц будет зависеть от вида минералов, которые необходимо подвергнуть разделению. Зерна минералов приобретают электростатический заряд в результате либо прохождения через калибровочное сито, на которое подается напряжение, либо попадая на наклонную плоскость, по которой они скатываются на подложку и на которую также подается рабочее напряжение. Разделенный материал попадает затем в различные загрузочные приемные бункеры, которые закреплены на подложке. Применение

электростатических методов разделения материалов в космосе достаточно эффективно, поскольку опять так отсутствуют турбулентности атмосферы и изменения электростатического поля. Также отсутствует влажность воздуха, под воздействием которой откалиброванные зерна материала могут вновь слипнуться. Микрогравитация в значительной степени влияет на прохождение частиц материала через зону электрического поля, что позволяет добиться качественно более высокого уровня обогащения руды. При необходимости на орбите может быть созданы условия искусственной силы тяжести для включения ее в необходимый момент технологического процесса обогащения.

Флотация – это процесс вибрации подложки, на которой нагружены зерна исходного материала определенного размера, движение зерен по этой подложке в результате вибрационного воздействия и образование слоев из зерен минералов для помещения в центрифугу. Уплотненные зерна падают на подложку. После размещения зерен в жидкостной среде промежуточной плотности позволяет провести калибровку этих зерен, после чего они просушиваются, а жидкость снова начинает технологический цикл. Стадии этого цикла можно настроить по-разному в зависимости от заданных условий.

Процесс производства. Такие факторы как микрогравитация и загрязнение космического пространства дают возможность осуществлять порой уникальные технологические операции, связанные с промышленным производством в условиях космического пространства, например, бесконтейнерная обработка и капельное осаждение вещества, которые невозможно реализовать в земных условиях. Стандартные технологические операции сварки и резки дают лучшие результаты именно в космических условиях. Особо эффективный результат в космических условиях дают сварочные работы. В дополнение к задаче первоначального строительства в условиях космоса для долгосрочных производственных проектов требуется организовать ремонтно-производственную базу для устранения возможных повреждений от микрометеоритных потоков. В первую очередь для таких операций требуется сварочное оборудование [2, р. 6].

Литература:

1. Романов П.С. Аннотированный библиографический список англоязычных диссертаций по библиотековедению (1903 – 2004 гг.) [Электронный ресурс] / МГУКИ. Кафедра библиотековедения; составил и перевел П.С. Романов. – М., 2006. – Электрон. текстовые дан. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). (регистрационное свидетельство Федерального агентства по информационным технологиям НТЦ «Информрегистр» № 0320600386 от 24.03.2006 г.).

2. Kundan R Avchare, Amit Tarwani, Divyanshu Jain, Umesh Saini, Rajesh Purohit. Space manufacturing Techniques: A Review/ International Journal of Scientific and Research Publications. – 2014. -Volume 4, Issue 4, April. - P.1-10.

МЯГКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ

Федотова Т.В.,

аспирант 2 года обучения {Социологические науки}, старший преподаватель кафедры иностранных языков
Научный руководитель: Кирилина Т.Ю.,
доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Образование и управление системой образования, являясь важнейшими социальными сферами, нуждаются во внедрении современных социальных технологий для повышения управленческой эффективности. Данная статья представляет собой анализ современных социальных технологий в системе управления образованием, а также уточнение понятия мягкой социальной технологии. Автор анализирует осведомленность о дефиниции “мягкой социальной технологии” как отдельном понятии и конкретизирует данное определение.

***Ключевые слова:** мягкие социальные технологии, управление образованием, система образования, современные технологии.*

SOFT SOCIAL TECHNOLOGIES IN THE EDUCATION MANAGEMENT SYSTEM

Fedotova T.V.,

2nd year post-graduate student {Sociology}, senior lecturer of the Department of Foreign Languages

Scientific adviser: Kirilina T. Yu.,
Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Education and management of the education system, being the most important social spheres, need the introduction of modern social technologies to improve managerial efficiency. This article is an analysis of modern social technologies in the education management Education and management of the education system, being the most important social spheres, need the introduction of modern social technologies to improve managerial efficiency. This article is an analysis of modern social technologies in the education management system, as well as clarification of the concept of soft social technology. The author analyzes awareness of the definition of “soft social technology” as a separate concept and concretizes

this definition. system, as well as clarification of the concept of soft social technology. The author analyzes awareness of the definition of "soft social technology" as a separate concept and concretizes this definition.

Key words: *soft social technologies, education management, education system, modern technologies.*

В современных реалиях необходимо совершенствовать существующие технологии при формировании четкой и структурированной работы любой организации в том числе системе образования и ее управления. Социальные технологии в этом процессе являются неотъемлемой и важной частью. Несмотря на то, что в России понятие «социальные технологии» получило широкое распространение, дефиниция этого термина до сих пор не имеет однозначного определения и является немного расплывчатой. Например, не всегда понятно, чем отличаются социальные технологии от технологий управления, поскольку все эти технологии включены в организацию управления и распространяются на все сферы работы и этапы управления. Более того, часто под социальными технологиями понимается управление [1]. Понятие же мягкой социальной технологии в системе управления образованием остается до конца не исследованной. Для того, чтобы понять специфику каждого термина, необходимо проанализировать и охарактеризовать существующие понятия.

Итак, один из первых признаков любой технологии – это ее расчленение на этапы, фазы или операции, тесно связанные между собой. Следующий признак – это слаженность и поэтапность действий, их скоординированность в целях достижения поставленного результата. Третий признак социальной технологии – это однозначность выполнения включенных в нее процедур и операций [3].

Сам термин «технология» чаще встречается, если речь идет о промышленном применении неких технологий. Изначально в значение термина закладывалась не только сама деятельность, но и техническая дисциплина, которая контролировала бы преобразование средств труда, сырья, материалов.

Осуществление социальных технологических процессов имеет определенную последовательность действий. Среди них отмечают:

1. Формирование целевых показателей технологического процесса – основой любой технологии представляется ее целенаправленность;
2. Формирование системы оценки качества альтернатив – в процессе принятия решений всегда существуют различные альтернативы возможных действий, в следствии чего, необходимо заранее определить критерии отбора альтернатив;
3. Систематизация возможных альтернатив – после отбора подходящих по критериям возможных действий, формируется перечень допустимых альтернатив;

4. Процесс принятия решения – выбор альтернативы, способствующей наиболее эффективному достижению поставленной цели;

5. Исполнение решения – введение в практику той альтернативы, которая была выбрана лицом, принимающим решение [7].

Считается, что научный термин «социальная технология» был изначально предложен К. Поппером. В его трудах социальная технология рассматривается как практическое применение знаний о методах влияния на социальные процессы. При этом, предлагается классификация социальных технологий – выделяются холистские, утопические и частичные социальные технологии [8].

Холистский вид социальной технологии формировался как методология социально–реформистской деятельности, предназначенный для решения задач социально–экономического характера. Сюда можно смело отнести улучшение работы системы управления, социальных структур различного уровня, методы и приемы воздействия на общественное мнение и многое другое.

Частичная социальная технология заключается в адекватности при постановке целей, то есть понимание того, чего можно добиться при имеющихся ресурсах и возможностях. Необходимо контролировать ход осуществления нововведений, оценивать имеющие в распоряжении средства, прогнозировать потенциальные отрицательные последствия. Данный контроль, в свою очередь, призван помочь пересмотреть и скорректировать по необходимости заданные цели и теоретические основания этих целей, а также при помощи контроля иметь возможность своевременно ликвидировать нежелательные последствия изменений [8].

К. Поппер обращал внимание на то, почему частичные технологии во много превосходят утопические. Он выделял ряд оснований, например:

1) частичные технологи, как правило, отличаются взвешенностью при постановке целей, их обдумыванием и тщательной проработкой.

2) в частичных технологиях взяты в расчет предполагаемые отрицательные последствия.

3) частичные технологии отличаются осторожностью и постепенностью при нововведениях.

4) частичные технологии находятся под постоянным контролем.

5) у частичных технологий есть возможность в корректный срок вовремя ликвидировать неприятные последствия действий.

6) у частичных технологий есть возможность скорректировать деятельность субъекта при проведении изменений [8].

В статье «О понятии социальной технологии» Г. И. Иконникова отмечала, что социальная технология – это своего рода определенный механизм, который позволяет соединить знания и условия для их реализации [5].

Представляется необходимым выделить понятие объекта социальной технологии. Объектом является в первую очередь человек, его поведение или мнение, на которое оказывается управленческое воздействие. В качестве примера можно привести сотрудников компании, на которых оказывается воздействие, студентов или учеников образовательного учреждения, на которых требуется оказать влияние для достижения тех или иных управленческих целей. Управляющее воздействие может быть оказано и на мнение и поведение людей, в целях формирования определенных паттернов поведения или формирования определенного общественного мнения, необходимого управляющему субъекту.

Социальные технологии также можно разделять по некоторым другим основаниям, например:

1. Масштабность. Данный критерий означает то, на какие по масштабу проблемы направлено применение технологий. Это могут быть частные или универсальные социальные технологии.

2. Уровень влияния. Уровень влияния отражает на каком уровне управления используются технологии: глобальные, национальные, государственные и так далее.

3. По характеру решаемых задач. Например, функциональные, инновационные и прочее.

4. По характеру воздействия на социальные процессы.

5. В зависимости от используемых методик и технических инструментов [2].

Классифицировать социальные технологии можно по другим основаниям. Например, по времени действия, по видам деятельности, по результатам.

Как было указано выше, в последние десятилетия возрастает влияние социальных технологий на общественные процессы. Появление и внедрение инноваций оказывает значительное влияние на повседневные социальные практики людей, изменения в общественных практиках возникают довольно часто. При этом, важным аспектом является то, что социальные технологии оказывают воздействие и на управленческие процессы.

Как отмечает Г.Д. Семенова: «Социальная технология – специфическое и стандартное средство деятельности социолога – практика в сфере управления. Специфика технологии в том, что она алгоритмизирует деятельность и поэтому может быть многократно использована,

растиражирована для решения сходных задач, достижения заданных результатов посредством трансляции профессиональной, в данном случае социологической культуры» [9].

Основываясь на указанных выше определениях социальных технологий, можно сделать вывод, что особенностью социальной технологии является то, что она создает четкий и строго структурированный, определенный порядок действий в управленческой практике, что упрощает процесс принятия решений в управленческой деятельности.

Мягкие и жесткие технологии

Многие авторы проводят различие между жесткими и софт-технологиями. В научной литературе можно встретить разные точки зрения на то связаны ли технологии с физическими машинами (жесткие) или внедряются в качестве человеческих процессов (мягкие); являются ли они устойчивыми (мягкие) или нет (жесткие); учитывают ли они ориентированные на человека способы ведения дел (мягкие) или нет (жесткие). Большинство технологий представляют собой совокупность мягких и жестких технологий, и поэтому существует очень мало технологий, которые являются чисто жесткими или чисто мягкими, если таковые вообще имеются. Жесткие технологии обеспечивают эффективность, скорость, точность и согласованность. Мягкие технологии придают гибкость, креативность, податливость и адаптивность. Степень мягкости или твердости, необходимая в каждом отдельном случае, варьируется в зависимости от контекста [12].

Одна и та же социальная технология может быть мягкой для одного человека и жесткой для другого, потому что они применялись разными людьми для решения разных целей. Например, система управления обучением может быть удобной для преподавателя, создающего курс и управляющего им, но сложной для студента, использующего ее как часть этого курса. Здесь технологии для преподавателя отличаются от технологий для студента, потому что каждому доступны разные функции и интерфейсы. Однако принцип может применяться даже тогда, когда инструменты идентичны. Большинство мягких технологий становятся более совершенными по мере увеличения опыта в их использовании. Поскольку мягкие технологии требуют творческого подхода для их внедрения, для них требуется принимать больше неординарных решений, чем для жестких технологий. Это делает их еще более трудными в реализации на практике. И наоборот, жесткие технологии упрощают их использование, поскольку они требуют принятия меньшего количества решений.

В современной научной литературе активно рассматриваются понятие мягких навыков, но, по мнению автора, понятию «мягкие социальные технологии» не уделяется должное внимание. В связи с чем автором была предпринята попытка проанализировать осведомленность о дефиниции «мягкой социальной технологии» как отдельном понятии и конкретизировать данное определение.

Результаты

С целью изучения особенностей применения социальных технологий в образовательных учреждениях нами было проведено социологическое исследование, проходившее в форме онлайн-опроса. Исследование проводилось в период с октября по декабрь 2022 года на территории Московского региона. В нем приняли участие более 100 сотрудников образовательных учреждений, из которых 89% – респонденты женского пола, а 11% – респонденты мужского пола. В ходе исследования изучались количественные и качественные показатели, характеризующие осведомленность и понимание значения «мягкие социальные технологии в системе управления образованием».

В рамках данного исследования было важно изучить представления респондентов о сущности понятия «мягкие социальные технологии» и видах мягких социальных технологий. Исследование показало, что более двух третей опрошенных (69, 66%) (сумма ответов «Да» и «Скорее да, чем нет») на вопрос: «Знакомо ли Вам понятие «мягкие социальные технологии в системе управления образованием»?») в целом знакомо с понятием «мягкие социальные технологии» (рис. 1).

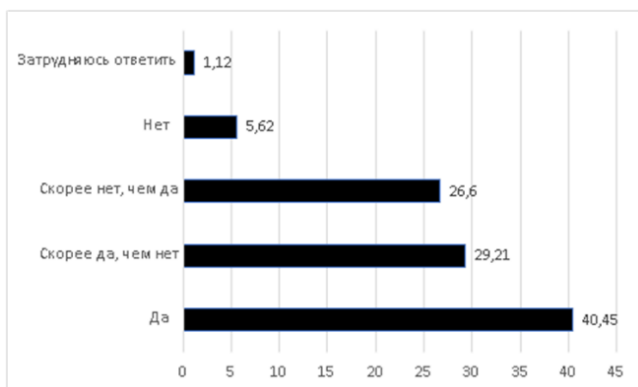


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Знакомо ли Вам понятие «мягкие социальные технологии в системе управления образованием»?» (% от общего числа респондентов)

Наиболее известными мягкими социальными технологиями в управлении оказались такие как «управление временем» и «коммуникабельность». На них указали более половины участников опроса. Наименее узнаваемыми – «делегирование задач» и «лидерство» (рис.2)



Рисунок 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие мягкие социальные технологии в управлении Вам знакомы?»
(% от общего числа респондентов)

Мягкие социальные технологии опираются на личностные качества управленца, его моральные качества и владения различными технологиями управления. Мягкие технологии отражают управленческое поведение, необходимое для решения социальных и поведенческих аспектов решения задач и эффективного управления. Мягкие технологии обеспечивают креативность и гибкость.

На основе анализа различных подходов к определению «мягких технологий» можно, на наш взгляд, понятие «*мягкие социальные технологии в системе управления образованием*» может быть определено как комплекс средств, способов, механизмов и инструментов управленческого воздействия, позволяющих поэтапно решать образовательные задачи, основанные на моральном стимулировании.

Заключение

Применение социальных технологий в управлении образованием имеет определенный ряд направлений:

- использование информационных технологий в управлении образовательными процессами – в рамках учебных заведений используются информационные системы управления образовательным процессом (единицы электронные базы информирования сотрудников и студентов, элек-

тронные зачетные книжки, единая база студентов, преподавателей, научных сотрудников, единые базы внутриуниверситетских коммуникаций, электронный документооборот, управление на основе данных);

– глобализация образовательного процесса на основе сетевых технологий – всемирный открытый доступ к научным базам, образовательным курсам с использованием современных технологий – дистанционного обучения;

– глобализация управления образовательным процессом на основе сетевых технологий – принятие мировых стандартов образовательной деятельности – в частности, Болонская система;

– государственная стандартизация образовательного процесса – формирование единой эффективной системы образования в стране;

– централизация вступительных испытаний в высшие учебные заведения [4].

При внедрении социальных технологий в управление образовательной деятельностью существует ряд основополагающих принципов, которых требуется придерживаться:

1. Соучаствующее управление – привлечение локального сообщества в процессы управления, учет мнений и интересов граждан как основа гражданского общества;

2. Открытость управления – подотчетность управляющий действий обществу, доступность информации о финансировании, альтернативах тех или иных решений;

3. Соблюдение этических и моральных норм в управлении на основе толерантности, отсутствия дискриминации по различным признакам, открытости выражения мнений, свободе совести и слова;

4. Оптимизация и повышение эффективности управленческих действий [7].

Применение современных социальных технологий тестирования абитуриентов и учащихся не только оказывает влияние на сам процесс обучения, но и позволяет оптимизировать процессы управления обучением – снижают нагрузку персонала на основе ликвидации бумажной работы, внедрение современных технологий в оперативной деятельности сотрудников, связанных с проверкой знаний обучающихся, позволяет открыто контролировать процессы образовательной деятельности в сфере оценки знаний и обратной связи со студентами, позволяет решать конфликты в более эффективной и открытой информационной среде. Возможность контролировать образовательные процессы необходима руководителям для построения эффективной образовательной системы.

Ускоряющиеся и растущие потребности в соответствующих знаниях и навыках в отношении управления большими количествами информации ведут к тому, чтобы повышать прозрачность и расширять участие граждан в государственных делах частных организаций.

На основе проведенного анализа можно заключить, что на сегодняшний день знание о мягких социальных технологиях знакомо не каждому работнику образовательного учреждения. Недостаток информации по данному направлению приводит к такому результату. Автор считает необходимым проводить исследования в данной области, выработать приемлемые подходы к решению данной задачи. В рамках научной дискуссии предстоит сформировать четкое определение мягкой социальной технологии и выдвинуть предложения и рекомендации по данной проблеме.

Литература:

1. Богомолов Н.Н. Социальные технологии как необходимый фактор формирования ценностных установок индивида в современном мире // Вестник чувашского университета. – 2007. – № 1. – С. 53–57.
2. Булатецкая А. Ю., Макарова С. П. Содержание и классификация технологий управления социальной сферой общества // Научная мысль. – 2019. – №2(32). – С. 113–116.
3. Грызова У. И. Социальные технологии: информационно–коммуникативная типология // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2012. – № 3. – С. 81–86.
4. Дусенко С. В. Социальные технологии в управлении системой образования. / Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. // Научный журнал. – 2010–№ 22 (13). – С. 3–7.
5. Иконникова Г. И. О понятии социальной технологии // Философские науки. 1984. № 5.
6. Зимин А. В. Методы визуализации информации // Информационно–компьютерные технологии и управление. – 2013. – № 4. – С. 58–65.
7. Кирилина Т. Ю. Информационные социальные технологии в коммуникации преподавателя и студента / Т. Ю. Кирилина // Осознание Культуры – залог обновления общества. Перспективы развития современного общества: материалы XX Всероссийской научно–практической конференции, Севастополь, 12–13 апреля 2019 года. – Севастополь: Рибест, 2019. – С. 255–256.
8. Поппер К. Р. Ницета историцизма / К. Р. Поппер // Из истории мировой гуманистической мысли. Антология. – М.: Просвещение, 1995. – 432 с.
9. Резник Ю. М. Социально–гуманитарные технологии управления: к возможности применения в образовательных практиках // Человек вчера и сегодня: междисциплинарные исследования. Вып.4 / Отв. Ред. М. С. Киселева. М.: ИФ РАН, 2010. – С. 139–156.

10. Семенова Г. Д. Информационная социология // Прологомны. М.: Госкоорцентр, 2001. С. 131–132.
11. Тряпицын А. В. Социальные технологии в профессиональной подготовке студентов // Научные школы института педагогики: сборник статей Третьих Всероссийских педагогических (Герценовских) чтений 18 апреля 2019 года / под ред. И. В. Гладкой, С. А. Писаревой, А. П. Тряпицыной. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. С. 122–125.
12. Soft is hard and hard is easy: learning technologies and social media. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/289790621>

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Намазова А.Р., Игнатова А.С.,

студенты 1 курса {Экономическая безопасность}

Научный руководитель: Костыря С.С.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В данной статье рассматриваются основные психологические механизмы воздействия на сознание человека в массовой коммуникации, которые ежедневно встречаются в нашей жизни, научимся различать их. Узнаем о подходах к пониманию механизмов воздействия. Разберемся с классификацией средств воздействия. Приведем определение манипуляции и рассмотрим три уровня манипулирования сознанием, способы и приёмы манипуляции сознанием, которые также встречаются в жизни человека.

Ключевые слова: *методы воздействия, манипуляция, способы манипуляции.*

PSYCHOLOGICAL MEANS OF INFLUENCE IN MASS COMMUNICATION

Namazova A.R., Ignatova A.S.,

1st year students {Economic Security}

Scientific adviser: Kostyrja S.S.,

PhD {Psychology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

*State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia*

This article discusses the main psychological mechanisms of influence on human consciousness in mass communication that occur daily in our lives, we will learn to distinguish them. We will learn about approaches to understanding the mechanisms of influence. We will tell you the classification of the means of influence. Here is the definition of manipulation and consider the three levels of manipulation of consciousness, methods and techniques of manipulation of consciousness, which are also found in human life.

Keywords: *methods of influence, manipulation, methods of manipulation.*

Актуальность тем, связанных с массовой аудиторией и воздействием на неё, возрастает каждый день. Так как каждый хочет управлять людьми, но как это делать грамотно, чтобы выполняли требования беспрекословно, знают немногие. Поэтому мы рассмотрим методы психологического воздействия, которые помогают в коммуникации с людьми.

Ежедневно люди сталкиваются с различными средствами воздействия на сознание человека, но какую цель манипулятор преследует в этот момент? У человека существуют различные причины, например, удовлетворение своих потребностей, осуществление целей, получение личной выгоды или же привлечение внимания. В статье мы разберем понятие “психологического воздействия”, его методы и многое другое.

Психологическое воздействие – социально-психологическая активность людей, которая осуществляется в различных формах и различными средствами, направленная на других людей для изменения психологических характеристик. Во время влияния на массовую аудиторию немаловажную роль играет язык коммуникаторов. Что же такое “массовая аудитория” и что можно подразумевать под “языками коммуникаторов”?

Массовая аудитория – это неоднородная группа людей, которые являются потребителями информации, распространяемой СМИ. Это могут быть телезрители, читатели книг, журналов или газет, зрители в театре и многие другие. Каждый день человек является участником общества, независимо от его увлечений, рода деятельности и прочего, следовательно, бывает частью массовой аудитории.

В сфере массовых коммуникаций используются различные психологические методы воздействия. Психологическое воздействие СМИ и других источников информации заключается в изменении установок, системы ценностей массовой аудитории, формировании определённого взгляда на вещи и события. Эффект воздействия средств массовой коммуникации на человека зависит от того, какие психологические методы воздействия использовались – заражение, внушение, убеждение, осуждение, просьба, манипуляция. Давайте же подробно разберём каждое понятие, чтобы этой информацией можно было воспользоваться в настоящей жизни.

Начнём с заражения. Метод, который довольно часто встречается в повседневной жизни. Заражение – это психологический способ воздействия, основанный на передаче определённого эмоционального, психического настроения от коммуникатора к получателю. Число людей должно быть большим, чтобы возникало чувство единства под влиянием эмоционального транса коммуникатора. Если вы проанализируете, вы поймёте, что встречались с этим методом. Для образца хочется привести

простой пример: человек закричал о том, что в здании пожар, и толпа людей начала паниковать и бежать на выход, не разобравшись, есть пожар на самом деле или нет; паника начнётся даже у тех, кто не слышал крика, и они побегут с остальными.

Внушение – это способ психического воздействия, осуществляемый с помощью вербальных и невербальных средств. Внушение связано с ослаблением сознательного контроля и представляет собой специально организуемый вид коммуникации, который рассчитан на некритическое восприятие информации. Очень часто этот метод работает с детьми, когда ребёнку внушают информацию, а он начинает верить в её незыблемость. Но также хорошо этот метод может действовать и в толпе, когда у людей больше шансов поддаться стадному чувству и поверить во внушаемую информацию. В качестве примера можно рассмотреть случай: придя с работы, вы решили расслабиться и почитать ленту новостей в социальной сети, но тут вам приходит уведомление, что на ваше платье или футболку начинается скидка, которой никогда больше не будет. Цену понизили так, что, проанализировав, вы понимаете, что такой цены на интересующий вас товар вы ещё не видели. При этом акция длится ровно 12 часов, далее оно перестает выпускаться, так как завод на время закрывается. Конечно, получив такую информацию, многие поверят в неё и сделают покупку, боясь остаться без качественного и выгодного продукта.

Убеждение – это воздействие на психику, подкреплённое аргументами, одного или нескольких человек на критическое мышление одного или нескольких людей для того, чтобы достигнуть определенной цели, например, принятие собеседником или собеседниками каких-либо взглядов. С помощью споров, обоснования точки зрения можно добиться убеждения, важно грамотно аргументировать свои взгляды, говоря при этом уверенно. При этом люди будут не только верить вашим словам, но и следовать за вами. Существует такой способ убеждения, как «Золотые наручники». Например, многие посетители заранее знают, за какими товарами пришли, однако множество акций, пробников и других предложений, встречающихся в процессе шоппинга, привлекающие внешним видом и заставляющие совершать множество незапланированных покупок. Более того, информация о некоторых акциях размещена на ручках тележек для покупок, что привлекает внимание с первых минут нахождения в магазине. Ведь в большинстве своём людям сложно отказаться от предложений, представляющих ценность.

Осуждение—это приём воздействия на человека, который допустил отклонения от моральных норм в коллективе или результаты и качество его работы, по мнению окружающих, неудовлетворительны. С осуждением можно встретиться где угодно: на улице, в школе, на работе, в университете, дома. Часто оно возникает, когда один или несколько человек не понимают поступка другого. В качестве примера можно представить ситуацию: Дубай – красивейший, крупнейший город Объединённых Арабских Эмиратов. Государство, где много прав и еще больше запретов. Выйдя на улицу в шортах, и женщина, и мужчина увидят косые взгляды на себе, всё из-за того, что там есть правила, касающиеся внешнего вида. Люди, которые не соблюдают их, не смогут попасть в общественные места: в кафе, в клуб, даже в магазины.

Просьба – это вид влияния, сформулированный в форме предложения, который несёт в себе призыв удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия. Как и другие “языки коммуникатора”, просьба существует в различных обществах. Этот вид влияния граничит с принуждением и мольбой, нередко перетекая в них. Простой пример: в торговом центре пожар, работники обязаны помочь людям выбраться из него, для этого они просят соблюдать спокойствие и слушаться указаний, чтобы сделать все оперативно и безопасно. Безусловно, когда паника достигает пика, просьба перерастает в требования, невыполнение которых может привести к неприятностям или катастрофам.

Давайте же поговорим об одном из самых интересных методов психологического воздействия. Иногда люди даже не понимают, что их поступки вызваны желанием другого человека, а не их собственным. Некоторые же чувствуют это и осознанно выполняют требования, боясь чего-то. Манипуляция— это вид воздействия на сознание человека, который ведёт к возбуждению у человека намерений, не схожих с его действительными желаниями. При том для манипулятора важно, чтобы исполнитель считал эти мысли, решения и чувства собственными, а не навязанными откуда-либо и был ответственным за них.

У этого метода есть свои способы, предлагаем рассмотреть некоторые из них:

- Изоляция – способ манипуляции, который является действенным инструментом для мотивации массовой аудитории к принятию определённых, «верных» решений. При помощи этого метода человек поддаётся стадному инстинкту и принимает общую точку зрения. Однако у этого способа есть недостатки: если информация окажется ложной или не вызовет доверия у людей, возможны 3 сценария: аудитория

может попросту проигнорировать рекламу, понять моменты, которые не должны всплывать наружу, или публично заговорить об обмане.

- Газлайтинг или отрицание – способ, при котором манипулятор утверждает, что ваше чувство ошибочно, заставляет сомневаться в правдивости восприятия с помощью шуток, оскорблений и прочего.

- Обобщение – способ, при котором человек не заинтересован в понимании слов, чувств другого и объединяет его поступки в одно целое, оправдывая одной, часто относительно связанной с проблемой, причиной. Например, “ты никогда не понимаешь меня”, “ты всегда делаешь всё назло” и т.д.

- Проекция или перекалывание вины – ещё один способ манипуляции, при котором человек перекалывает ответственность за свои поступки на другого, заставляя его почувствовать вину. Проецировать можно не только поступки или поведение, но и черты характера. Лжец обвинит вас во вранье, а неверный человек будет обвинять другого в предательствах-это примеры проекции.

- Оскорбления – вид манипуляции, при котором человек унижает, высмеивает вас, не воспринимает ваше мнение. Не стоит реагировать на это, ведь только этого манипулятор и добивается для того, чтобы окончательно втянуть вас в манипуляцию.

Способы и приёмы манипуляции-два равнозначных понятия, ни один из которых не содержит в себе того, чего нет в другом.

Уровни манипуляции:

1. Усиление в сознании людей идей, установок, ценностей, нужных манипулятору

2. Изменение взглядов на события, факты, которые оказывают воздействие на отношение человека к чему-либо

3. Радикальное изменение установок

Интересна классификация методов психологического воздействия, содержащая в себе множество элементов, состоящих из множества подпунктов. Давайте её рассмотрим подробнее: первый классификационный признак называется “время реализации”. Он делится на профилактические, корректирующие, пресекающие методы. Вторым признаком “характер воздействия” содержит в себе три формы влияния: психологическая, социально-экономическая, организационно-административная. В признаке “целевая направленность” вы увидите индивидуальный и коллективный метод направленности. “Форма реализации” таит в себе 4 вида влияния: обучающий, разъяснительный, убеждающий и вид психологического принуждения. Существует ещё два классификацион-

ных признака: “степень публичности” и “степень формализации”. У первого в составе методы, реализуемые в публичном и в конфиденциальном порядке. У второго же методы, формализованные в специальных регламентах и методы, реализуемые в неформальном порядке.

Проанализировав предоставленную информацию, мы сделали вывод, что психологические средства влияния-неотъемлемая часть общения, которая помогает в достижении желаемого, для получения определённого результата. Эта тема довольно обширная и интересная, если её изучать некоторое время, вы обратите внимание, что многие методы воздействия вы используете сами, некоторые используют на вас, они незаменимы и необходимы для коммуникации в обществе.

Литература:

1. Зелинский С.А. Статья “Способы манипулирования психическим сознанием человека”
2. Иванов А.В., Новиков Д.В. (2013г.) Психология массовых коммуникаций
3. Кара-Мурза С.Г. (2015г.) Манипуляция сознанием. Век XXI
4. Павлова Н.Д., Журавлёва А.Л. (2012г.) Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия
5. Шейнов В.П.(2014г.) Манипулирование и защита от манипуляций

КОНКУРИРОВАНИЕ МЕМОВ И ГЕНОВ

Сербаев М. С.,

студент 2 курса {Информационные системы и технологии}

Научный руководитель: Гусева И.И.,

доктор философских наук, профессор кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Рассматривается вопрос появления нового репликатора в виде мема, который свойственен не только человеку, но и другим животным. Объясняются сходства мемов и генов, их конкурентные особенности. Несмотря на то, что мемы распространяются за счёт взаимодействия живых организмов между собой, мемы способны быть опасными для генов. Гены и мемы иногда конкурируют в получении человеческих ресурсов, а процент людей, поддерживающих чайлдфри, подтверждает эту конкуренцию.

Ключевые слова: мемы, гены, репликаторы, чайлдфри, религия.

THE COMPETITION OF MEMES AND GENES

Serbaev M. S.,

2nd year student {Information systems and technologies}

Scientific adviser: Guseva I.I.,

Doctor of Philosophy, professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The issue of the appearance of a new replicator in the form of a meme, which is peculiar not only to humans, but also to other animals, is considered. The similarities of memes and genes, their competitive features are explained. Despite the fact that memes spread due to the interaction of living organisms with each other, memes can be dangerous for genes. Genes and memes sometimes compete in obtaining human resources, and the percentage of people supporting childfree confirms this competition.

Key words: memes, genes, replicators, childfree, religion.

В настоящее время, слово «мем» чаще всего используется как обозначение смешных картинок в интернете, которые пересылаются между пользователями сети. Безусловно, интернет-картинки тоже являются мемами, однако само понятие мема куда шире.

Слово «мем» было введено британским биологом Ричардом Докинзом в книге «Эгоистичный ген». Мемом Докинз назвал единицу пе-

редачи культурного наследия [1], слово было выбрано намеренно созвучным с «геном», чтобы подчеркнуть их внутренние сходства: они оба являются передатчиками информации, кроме того, мемы тоже умеют эволюционировать, но об этом позже. Примерами мемов являются рецепты, мелодии, идеи и прочее. Существуют и глобальные мемы: языки народов, религии, тенденции общества – такие мемы называются мемplexами. Мемplexы оказывают огромное влияние на жизнедеятельность, как отдельного человека, так и всего человечества. Знания физиков, генетиков, математиков накладываются друг на друга и передаются через поколения мемным образом.

На мемах построена вся человеческая культура: архитектурные стили, направления в литературе, музыкальные жанры и так далее, но важно понимать, что мемы встречаются не только у людей, но и других животных. Пол Ф. Дженкинс во время работы на одном из островов рядом с Новой Зеландией заметил интересную особенность песен самцов седлоспинной гуйи: музыкальный репертуар гуйи передаётся негенетическим способом [1]. Песни, услышанные от соседа, становятся частью «мемофонда» услышавшей птицы, кроме того, иногда птицы допускали случайные ошибки (аналог мутаций), которые могли подхватывать соседи и передавать следующим птицам. Таким образом, животные тоже способны создавать и распространять мемы.

Мемы, по мнению Ричарда Докинза, стали новыми репликаторами живых организмов наравне с генами. При сравнении мемов и генов мы приходим к выводу, что данные виды репликаторов имеют важные сходства – способность наследования мутаций и способность эволюционировать. Как мы видели ранее, случайные ошибки в песне седлоспинной гуйи наследовались соседями. Совершенно очевидно, что, например, мем частого использования более высоких нот имеет лучшую выживаемость в мемофонде за счёт того, что высокочастотные звуки распространяются на более дальние расстояния, чем низкочастотные, а значит количество сородичей, которые тоже включают мем высоких нот в свой песенный репертуар, увеличится. Это простейший пример эволюции мема.

Мемы у живых организмов появились не так давно относительно масштабов генной эволюции, однако скорость их распространения гораздо выше, чем у генов: в среднем россияне заводят 1 – 2 детей, в то время как мемы способны распространяться на большое количество людей ежеминутно. Из-за несерьёзного отношения к мемам в обществе, данному факту не уделяется должного внимания, хотя уже сегодня в некоторых ситуациях люди предпочитают реплицировать мемы в ущерб генам.

В биологии есть такое понятие как конвергентная эволюция – эволюционный процесс, при котором возникает сходство между организмами различных систематических групп, обитающих в сходных условиях. Примером конвергентной эволюции можно назвать возникновение сходных форм тела у первичноводных и вторичноводных животных. У мемов есть примеры похожих проявлений, одним из важнейших примеров является религия. Мемплекс религии был изобретён множество раз независимо друг от друга, причём, при соблюдении некоторых условий религия создаётся естественным путём. Хорошим примером такой религии является карго-культ: во времена Второй мировой войны солдатам США было необходимо высадиться на меланезийских островах, продовольствие, одежду, технику и медикаменты солдатам США доставляли по воздуху, островитяне, видевшие это, стали поклоняться вертолётам, создав новую религию [2]. До сих пор в интернете по запросу «карго-культ» можно найти множество интересных фото с вырезанными из дерева телефонами, импровизированными военными парадными с палками вместо оружия и построенными из дерева вертолётами. Таким образом, можно выдвинуть предположение, что мемплекс религии является частью естественной природы человека: нам свойственно мистифицировать вещи, которые мы не способны логически объяснить.

Однако не просто так я уделил столько внимания мемплексу религии. Религиозные мемы зачастую заставляют людей делать вещи, невыгодные генофонду человека. Идея жертвоприношения свойственна многим религиям на ранних этапах развития, а также различным суевериям. Ритуал «молк» у древних семитов описывался Плутархом следующим образом [3]: «...сознательно и намеренно они приносили в жертву своих собственных детей, а те, у кого детей для заклания не было, покупали их, словно птенцов или ягнят, у бедняков, и мать ребенка хладнокровно стояла рядом, не издавая ни единого стоны, а если даже рыдала и плакала, то вызывала этим только презрение, дитя же ее все равно приносили в жертву...». По сути мем приношения собственных детей в жертву Баал-Хаммону взял верх над природными чувствами человека по отношению к своим детям. Как мы видим, некоторые мемы способны вступать в открытый поединок с генами. И это не удивительно: скорость и простота распространения мемов являются очень важными преимуществами над генами.

В последнее время в США набирает популярность движение «чайлдфри» - это люди, сознательно отказывающиеся от деторождения в пользу улучшения своей жизни. Дженнифер Уотлинг Нил провела исследование на эту тему и выяснила, что больше четверти (27%) взрослого населения Мичигана

считают себя чайлдфри [4]. С точки зрения биологии сложно найти оправдание такому поведению, ведь многие миллионы лет эволюции были направлены на улучшение эффективности продолжение рода и передачу генов через поколения. Объяснение данному феномену довольно простое – появился новый репликатор, способный конкурировать с предыдущим. Действительно, нет никакой разницы в том, чтобы оставить после себя гены или мемы. Молодое поколение это понимает и зачастую делает выбор в пользу мемов. Они действительно имеют свойства, превосходящие возможности генов. У нынешних потомков Сократа могло не остаться ни одного гена их гениального предка, однако мемы, созданные им, живы спустя тысячелетия и, благодаря интернету, будут живы ещё очень долго, поэтому по параметру долговечности гены явно проигрывают мемам. Несмотря на то, что Иммануил Кант, Никола Тесла, Исаак Ньютон, Николай Гоголь и Леонардо да Винчи не имели детей, их труды актуальны до сих пор, а значит, они сумели пронести через поколения огромное количество важнейших для всего человечества мемов.

Человечество стоит на новом этапе нашей биологической эволюции – на этапе становления нового репликатора конкурентоспособным. Несмотря на то, что мемы свойственны и другим животным, их репликация находится у них лишь на этапе зарождения: ни одна птица не откажется от продолжения рода в пользу постоянных гастролой с придуманными песнями для порождения новых мемов. Человек же настолько усовершенствовал мем, что теперь у нас появился настоящий выбор: продолжать род генетически или продолжать род мемами. Иногда эти способы не конфликтуют между собой, но в случае мема чайлдфри приходится делать категоричный выбор

Литература:

1. Эгоистичный ген / Ричард Докинз; пер. с англ. Н. Фоминой. – Москва: Издательство АСТ: CORPUS, 2019. – 512с.
2. Занков, Максим Андреевич. / Культ карго. Развитие религий и эволюция мифологического сознания в миниатюре: статья в сборнике статей. 90 лет Викторову Владимиру Петровичу: материалы круглого стола "религия и религиоведение на Урале": сборник научных статей и тезисов. Екатеринбург, 2018. стр. 102-105
3. Плутарх. Сочинения. М., «Художественная литература», 1983. Перевод Э. Г. Юнца.
4. Дженнифер Уотлинг Нил. Распространенность и характеристики бездетных взрослых в Мичигане (США). [электронный ресурс] <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0252528> (дата обращения: 16.11.2022)

КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПЕРТНОСТИ В INFLUENCER МАРКЕТИНГЕ

Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин,

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Тренды публицити динамичны, и претерпевают, как правило, ежегодные изменения, не только из-за кризисных ситуаций в мире, но и вслед выходящим на первый план темам, которые волнуют общественность. Критерии экспертности, представленные в статье, выделены, исходя из их значимости как для аудитории, так и для рекламодателя. Первичные критерии экспертности (общая известность/популярность инфлюенсера; коммуникативная убедительность; аттрактивные атрибуты; релевантность контента) в настоящее время играют наибольшую роль, а вторичные (опытность в данной области знания; профессия, по которой обучался эксперт; объем аудитории) – критерии, имеющие тренд на спад, и меньшие влияющие на аудиторию и выбор рекламодателя.

Ключевые слова: публицити, экспертность, маркетинг влияния, influencer маркетинг.

CRITERIA FOR FORMING EXPERTISE IN INFLUENCER MARKETING

Tkalich M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Publicity trends change, undergoing, as a rule, annual changes, not only due to crises in the world, but also following emerging topics that concern the public. The criteria of expertise presented in the article are highlighted based on their importance both for the audience and for the advertiser. The primary criteria of expertise (general fame/popularity of an influencer; communicative persuasiveness; attractive attributes; relevance of content) currently play the greatest role, while secondary ones (experience in a given field of knowledge; profession in which an expert was trained; audience size) are criteria that have a trend on the decline, and less influencing the audience and the choice of the advertiser.

Keywords: publicity, expertise, influencer marketing, expert content.

В настоящее время трендовым становится аспект экспертности в рамках маркетинга влияния (influencer маркетинга). Если раньше экспертным становился только тот контент, который предоставляли профессионалы – люди с многолетним практическим опытом, исследователи в данной области, посвятившие не один десяток лет изучению и анализу процессов общественной деятельности, то в настоящий момент экспертом может стать абсолютно любой человек.

Эксперт (латин. *expertus* - опытный), если опираться на толковый словарь русского языка Д.Н. Ушакова, представляет собой сведущее лицо, специалиста, привлекаемого для того, чтобы высказать свое мнение, дать заключение по поводу какого-нибудь дела, вопроса [8]. Но, несмотря на то, что само понятие «экспертность» не нашло ни научного, ни публицистического интереса в России, в своих работах Д. Норка пишет: «*На наших глазах приходит и прочно утверждается четвертая эра – эра “продавца-эксперта”*» [5].

На первый план вышли не эксклюзивность знаний, опытность, общепризнанное или даже мировое признание, а медийность инфлюенсера, его коммуникативные навыки и объем аудитории. Тем самым, выявляется проблема определения критериев экспертности в рамках трендов современного influencer маркетинга.

Еще несколько лет назад на российском рынке основой выбора того или иного инфлюенсера для рекламной или PR-интеграции являлась его аудитория – в большей части *объем аудитории*, в меньшей – *наличие в ней целевой аудитории бренда*. В 2021 году в рамках трендов SMM прогнозировалось смещение акцентов с крупных инфлюенсеров и пабликов (групп, сообществ) на небольшие паблики и инфлюенсеров – микроинфлюенсеров [7] и наноинфлюенсеров [1]. Как показывала практика, крупные инфлюенсеры, зачастую, для наращивания аудитории прибегали к не совсем честным методам (накрутка подписчиков пустыми аккаунтами, участие в giveaway и проч.). Тем самым, в настоящее время, актуальным стала работа с маленькими и средними инфлюенсерами (аудитория которых росла за счет интереса к ним и их контенту, а не в следствие махинаций с несуществующими подписчиками). К тому же, небольшие инфлюенсеры имеют значимые преимущества, поскольку, во-первых, размещение рекламных материалов через них гораздо дешевле (а иногда с ними можно работать и по бартеру), во-вторых они узкоспециализированы (причем не только предметно, но и географически), и в-третьих, им больше доверяют (в обществе подписчиков нет такой сильной поляризации мнений).

Почти отмирают такие критерии экспертности как *опытность и профессия*, по которой инфлюенсер обучался. И все же, пока для поколений X и Y (которым прививалась важность профильного обучения и профессии в жизни) данные критерии остаются актуальными – в контент инфлюенсеров включается информация о наличии у них профильного образования, переподготовок, курсов и опыта работы [4].

До сих пор ведущим критерием экспертности остается *узнаваемость в широких кругах общественности, популярность и медийность инфлюенсера*. Причем данный критерий относительно быстро можно сформировать при правильно выстроенных технологиях паблисити (н-р, с использованием омниканальности коммуникаций; увеличением частоты появления инфлюенсера в интервью, проектах, СМИ; при ссылках на инфлюенсера авторитетными СМИ как на эксперта, и т.п.) и большим финансовым бюджетом.

Также первичным критерием экспертности может выступать особая *коммуникативная убедительность*. В данном случае коммуникативная убедительность является одним из составных элементов коммуникативной компетентности [3]. В.Н. Куницина, Н.В. Казаринова и В.М. Погорьша определяют коммуникативную компетентность как «владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках данной профессии». Тут нужно отметить, что в рамках маркетинга влияния, в основе которого – создание релевантного целевой аудитории контента, зачастую, используется исключительно коммуникативная убедительность, пренебрегая иными элементами коммуникативной компетентности. Тем самым, эксперт должен иметь (и четко им придерживаться) свои убеждения, которые и дают ему возможность утверждать что-то с абсолютной уверенностью. Важным, в данном случае, является не истина сказанного экспертом, а именно убедительность его изречений.

Упомянув ранее *релевантность контента*, необходимо сказать об авторской интерпретации понятия. Релевантность контента – это совокупность содержательных и конструктивных элементов, позволяющих создавать наиболее подходящий материал (в любом формате: изображение, видео, текст и др.) для определенной целевой группы. Релевантный контент позволяет эффективней доносить информацию до своей аудитории, поскольку инфлюенсер говорит с ней на понятном

языке, поддерживает определенную позицию, расставляет семантические акценты, рассматривает актуальные для целевой группы темы, и, что особенно важно, после всего выше перечисленного он коммуницирует со своей аудиторией. Нужно сказать, что релевантный контент также позволяет быть в топе поисковых запросов по данной тематике, что немаловажно для продвижения.

Зачастую, для целевой группы может представлять основной интерес не контент и не сам инфлюенсер, а те *аттрактивные атрибуты*, которые его окружают или которыми он обладает. Так, например, в своей работе С.П. Кирильчук и А.С. Музыка при оценке ресурсно-туристического потенциала выделяют в качестве атрибутов первого уровня: физический, социальный и аттрактивный [6]. В рамках аттрактивных атрибутов рассматриваются такие компоненты туристической локации, как: узнаваемость, визуальная привлекательность, историческая (природная) ценность. Ю.С. Смирнова и В.А. Чумакова, описывая психологические факторы межличностной аттракции интернет-коммуникаций в социальных сетях, выделяет во внешние факторы: статус, компетентность, удачливость, а во внутренние: физическую привлекательность, стиль поведения [1]. Если говорить об аттрактивных атрибутах инфлюенсера – то аттракция может иметь не только вещественное выражение (внешность инфлюенсера; стиль и бренд его одежды; локации, в которых снимается инфлюенсер; элементы декора; предметы, которыми пользуется инфлюенсер и др.), но и невещественное выражение (жестикаляция и мимика инфлюенсера; темб голоса; эмоциональность инфлюенсера и эмоциональная атмосфера, которую он создает; склонность к сарказму и юмору; приятные ассоциации с цветовыми и композиционными решениями в контенте и др.).

Таким образом, можно представить основные современные критерии экспертности инфлюенсера в виде схемы (Рисунок 1).

Данные критерии представлены исходя из их значимости как для аудитории, так и для рекламодателя. Первичные критерии экспертности (общая известность/популярность инфлюенсера; коммуникативная убедительность; аттрактивные атрибуты; релевантность контента) в настоящее время играют наибольшую роль, а вторичные (опытность в данной области знания; профессия, по которой обучался эксперт; объем аудитории) – критерии, имеющие тренд на спад, и меньше влияющие на аудиторию и выбор рекламодателя.

Следует отметить, что тренды паблисити динамичны, и претерпевают, как правило, ежегодные изменения, не только из-за кризисных ситуаций в мире, но и вслед выходящим на первый план темам, которые волнуют общественность.

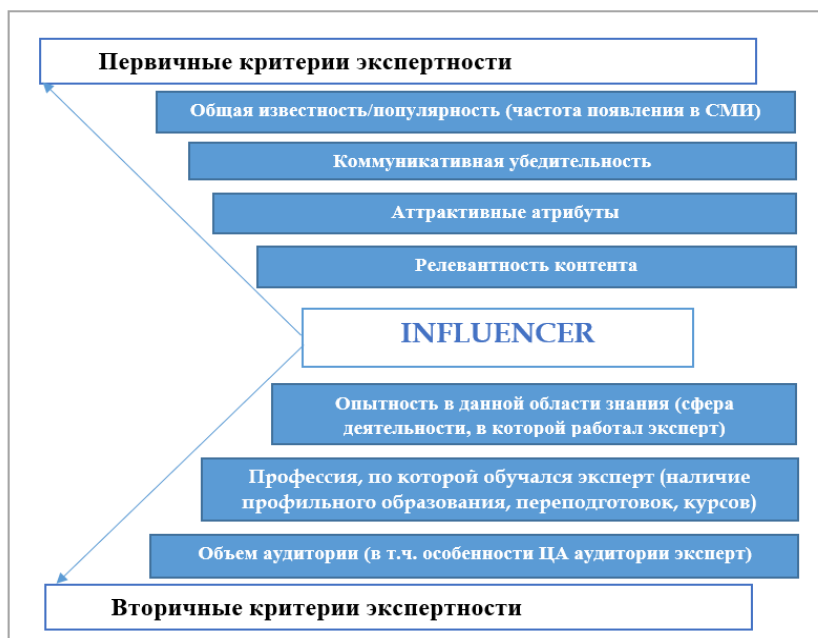


Рисунок 1. Современные критерии экспертности инфлюенсера

Литература:

1. Астрей А. Микро- и наноинфлюенсеры – кто это? Режим доступа: <https://martrending.ru/smm/mikroinfluensery-i-nanoinfluensery> (дата обращения: 20.11.2022).
2. Кирильчук С.П. Пятиэтапная схема декомпозиционного анализа как методологическая модель оценки ресурсного потенциала туризма // С.П. Кирильчук, А.С. Музыка / Экономика строительства и природопользования. 2020. - №1 (74). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pyatietapnaya-shema-dekompozitsionnogo-analiza-kak-metodologicheskaya-model-otsenki-resursnogo-potentsiala-turizma> (дата обращения: 18.10.2022).
3. Куницына, В.Н. Межличностное общение: Учеб. для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. - СПб.[и др.] : Питер, 2001. - 544 с.
4. Мирошкина, М.Р. Интерпретации теории поколений в контексте Российского образования // Ярославский педагогический вестник, 2017. - № 6. - С. 30-35.
5. Норка, Д. Экспертные продажи. Новые методы убеждения покупателей: Практическое руководство / Норка Д. - М.:Альпина Пабlishер, 2018. - 334 с.

6. Рекламное агентство MediaNation. Тренды SMM: чего ждать в 2021 году. Режим доступа: <https://medianation.ru/blog/smm/trendy-smm-chego-zhdat-v-2021-godu/> (дата обращения: 20.11.2022).
7. Смирнова Ю.С. Факторы межличностной аттракции в различных видах интернет-коммуникации // Смирнова Ю.С., Чумакова В.А./ БГУ. Психологический журнал. – Белоруссия. 2012, - №3-4. - С. 50-55.
8. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Терра., 2007. (4т.).

КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Бычкова О. А.,

аспирант 2 курса {Социологические науки}
Научный руководитель: Лапшинова К.В.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Данная статья описывает проблемы в системе социальной адаптации людей с ОВЗ на муниципальном уровне. Необходимо создавать специальные комитеты по делам граждан с ограниченными возможностями, которые будут контролировать работу по формированию благоприятных условий для социальной адаптации инвалидов. В статье наглядно показывается, почему проблемы инвалидов так важно освещать в СМИ.

Ключевые слова: социология, инвалидность, социальная адаптация, социология управления.

THE CONCEPT OF THE SYSTEM OF SOCIAL ADAPTATION OF PEOPLE WITH DISABILITIES AT THE MUNICIPAL LEVEL

Bychkova O. A.,

2nd year post-graduate student {Sociology}

Scientific adviser: Lapshinova K.V.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article describes the problems in the system of social adaptation of people with disabilities at the municipal level. It is necessary to create special committees on the affairs of citizens with disabilities, which will control the work on creating favorable conditions for the social adaptation of people with disabilities. The article clearly shows why it is so important to cover the problems of people with disabilities in the media.

Keywords: sociology, disability, social adaptation, sociology of management.

Социальная адаптация населения, имеющего ограниченные возможности по здоровью, часто характеризуется бессистемностью. Методика социальной адаптации граждан с инвалидностью используется интуитивно, опираясь на здравый смысл [1, с. 667–701].

Потребность в разработке концепции прототипа системы для социальной адаптации граждан, ограниченных в возможностях, основана на том, что ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления» делегирует местным властям решение задач по социальной помощи населению (п. 11 ст. 14.1). На этом уровне власти присутствуют ресурсы, что позволяет оказывать помощь этой категории населения не точно.

С этой целью была разработана модель, которая занимается проблемами, детерминирующими значимость использования конкретных методов для реализации социальной адаптации и системой создания благоприятных условий для адаптации в обществе граждан с ОВЗ.

Реализация модели обязана основываться на комплексной работе муниципальных учреждений с организациями гражданского общества. Регулировать процесс делового партнерства предстоит Комитету по делам граждан с ограниченными возможностями. Такой Комитет требуется создавать в муниципалитетах. Этот орган является распространенной мировой практикой. Смысл его – в создании индивидуальной структуры в органах власти, которая призвана контролировать работу по созданию надлежащих условий адаптации инвалидов. В нашей стране такие организации стали формироваться относительно недавно. Доминирующая функция контроля этих Комитетов способствует возникновению формализма, потере качества комплекса социальной адаптации. Учитывая это, помимо функции координирования, данный Комитет как структура конкретного муниципального органа власти, призван работать по организационно-правовому и материальное обеспечение взаимодействия, создавать и интегрировать системы на производстве, политической, социальной и культурной стороной деятельности муниципального органа.

Комитет формируется из штата руководителей организаций, входящих в состав муниципалитета и осуществляющих деятельность в социально-культурной сфере (организации культуры, дополнительного обучения), ведущих образовательную работу (образовательные учреждения); организаций, которые создают общественное единство в отношении проблем инвалидности (организации издательской сферы); организаций, гарантирующих юридическое сопровождение проектов и решений о развитии и увеличении числа способов для социализации этой категории населения (законодательный комитет муниципалитета). Кроме этого, привлекаются руководители отделений общественных организаций для людей с инвалидностью.

Планируется, что такой Комитет обязан координировать работу соответствующих подразделений администрации муниципалитета, правового органа, муниципальных организаций, а также городских отделений по решению экономических, организационных, а также распорядительных, нормативных и прочих способов социальной адаптации граждан с ограниченными возможностями [3, с. 67–71].

Первые из всего большого количества методов действуют для создания нужных условий во всех областях жизни людей – инвалидов по здоровью [5, с. 71–75].

Основным субъектом рассматриваемого направления служат муниципалитеты. Присутствие общественных организаций сводится к обеспечению фандрайзинга (спонсорство и нахождение внебюджетного финансирования проекта), к привлечению различной добровольной поддержки в области социализации инвалидов.

Предлагается рекомендуемый список необходимых методов:

1) помощь в получении профессиональных навыков, освоение дополнительной квалификации гражданами с ограничениями по здоровью (подбор информации о возможностях удаленного способа обучения; профориентация, снабжение людей соответствующими техническими средствами);

2) активизация работы инвалидов (формирование индивидуальных рабочих мест, контроль за трудоустройством инвалидов);

3) создание муниципальных заказов для профильных предприятий в целях укрепления материальной основы таких организаций, а также дополнительной мотивации рабочей активности этой категории граждан;

4) разнообразная поддержка, в том числе финансовая, городских секторов общественных организаций, оказывающих меры социальной поддержки в решение предпринимательских проектов, направленных на решение социальных задач;

5) организация дополнительных способов занятости – обеспечение начальным капиталом, предоставление налоговых льгот, ознакомление с возможными способами дистанционного взаимодействия);

6) создание интеграционных решений в области образования.

В плане политической субъектности людей с ограничениями приоритетна организационно-юридическая поддержка общественно-политическим организациям, занимающимся поддержкой инвалидов. Права этой категории граждан на деле часто игнорируются. Бытует политиче-

ское ограждение инвалидов, компенсируемое работой общественно-политических организаций, обладающих возможностью входить в органы муниципальной власти [2, с. 38–44].

В области социально-психологической субъектности, характеризующейся различными коммуникациями и реализацией социальных ролей, планируется внедрение способа социального посредничества для роста социальных контактов инвалидов.

Непременным условием сопровождения этого метода является психологическое консультирование граждан, думающих о заключении брака при наличии у них ограниченных возможностей по состоянию здоровья.

Необходимым условием служит неспецифическая поддержка, представленная двумя основными видами [7, с. 67–79]:

1) организация деятельности по продвижению возможности бесплатно посещать культурные и досуговые мероприятия людям с ограничениями по здоровью;

2) комплексная поддержка творческим объединениям инвалидов.

Рекомендуется мотивировать инвалидов формированием специфических баз с информацией и предоставлением общего доступа к таким ресурсам коммуникации [6, с. 139–157]. В этих базах предполагается собирать все нужные сведения юридического, медицинского, или прочего нужного профиля. Актуально для таких групп людей создание интерактивных сервисов и карт социальных объектов, которые могут посещать инвалиды. Приоритетную значимость приобретает формирование профильных интернет-площадок для граждан с инвалидностью [10, с. 374–381].

Способы создания общественного мнения подразумевают обеспечение муниципалитетов возможностями коммуникации с издательствами, телерадиовещательными компаниями направленного благотворительного действия. Такие методы нужны для создания активно-мотивированного образа инвалидности в обществе.

Главным видится систематическое транслирование контента о проблемах людей с инвалидностью, которые в таких условиях своей жизни активно себя реализуют. Важно информировать об опыте этих людей в различных областях жизни и публикации о практиках образовательных организаций в сфере создания интеграционных систем комплексного обучения инвалидов и обычных граждан [11, с. 165–168].

Систематическое предоставление материалов о проблеме – это выполнение масс-медиа задач статусной поддержки для общности инвалидов. Необходимо рассказывать аудитории об инвалидах, как о людях,

выполняющих свои социальные роли и функции [8, с. 88–94]. Важно вовремя просвещать детей о наличии в обществе людей, непохожих на других. Эта подача ориентирует подростков на формирование взглядов, относящихся к недискриминационным аттитюдам инвалидности.

Заниженный социальный статус инвалидов в большинстве детерминирован созданием в обществе дискурса важности успеха и достатка в материальном смысле, как ценной меры существования человека [9, с. 129–139]. Противопоставлением должен стать дискурс личностных способностей и талантов, простых человеческих качеств над приоритетом внешней красоты и материального благополучия.

Резюмируя итоги предоставления предлагаемой концепции системы социальной адаптации инвалидов, акцентируем внимание на особо важных аспектах проекта:

1) система создается в муниципалитетах, как органе, наиболее подходящем для оказания таких видов поддержки;

2) она должна базироваться на общем взаимодействии участвующих структур и общественных организаций;

3) координировать деятельность должен профильный Комитет, отвечающий за данное направление в составе муниципалитета;

4) методология социальной адаптации инвалидов, различается по основаниям: предмет реализации и область социальной активности, это может быть экономическая, культурная, коммуникационная и другие общественные сферы.

Литература:

1. Алексеенок А.А., Домбровская А.Ю. Инвалиды в структуре российского общества // *Фундаментальные исследования* – 2013. – № 1. Ч. 3. – С. 667–701.
2. Домбровская А.Ю. Формирование социального поведения людей с ограниченными возможностями средствами массовой информации в Орловской области // *Известия Тульского госуниверситета. Сер. Связи с общественностью. Реклама*. Вып. 1. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2006. – С. 38–44.
3. Домбровская А.Ю. Совершенствование просветительской работы СМИ в сфере преодоления социальных стереотипов инвалидности (по материалам социологических исследований в Орловской области) // *Образование и общество*. – 2008. – № 5. – С. 67–71.
4. Домбровская А.Ю. Формирование социальных стереотипов инвалидности // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2009. – № 2. – С. 63–67.
5. Домбровская А. Ю. Социальная адаптация инвалидов // *Социологические исследования*. – 2011. – № 11. – С. 71–75.

6. Домбровская А.Ю. Измерение влияния средств массовой информации на социальную адаптацию людей с ограниченными возможностями здоровья // Вестник института социологии Российской академии наук. – 2012. – № 4. – С. 139–157.
7. Домбровская А.Ю. Социально-экономическая адаптация инвалидов в современной России // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. – 2012. – № 7. – С. 67–79.
8. Домбровская А.Ю. Факторы социальной адаптации инвалидов в современном российском обществе // Известия Тульского государственного университета. Вып. 3. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2013. – С. 88–94.
9. Домбровская А.Ю. Представления инвалидов о благоприятных условиях социальной адаптации // Мониторинг общественного мнения. – 2013. – № 3 (115). – С. 129–139.
10. Домбровская А.Ю. Киберадаптация людей с ограниченными возможностями здоровья в современной России: опыт социологического измерения // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук) . – 2014. – № 6. Т. 1. – С. 374–381.
11. Домбровская А.Ю. Сопоставимость и воспроизводимость данных анализа Интернетконтента и опросных методов в изучении социальных механизмов взаимопомощи // Мониторинг общественного мнения. – 2014. – № 3. – С. 165–168.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯЦИИ В ПРОГРАММНОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ

Жилин О.А.,

студент 1 курса {Прикладная информатика}

Научный руководитель: Костыря С.С.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Данная статья обобщает общедоступную информацию о психологических манипуляциях, применяемых в программном обеспечении, и их пользе и вреде, а также включает в себя рекомендации о способах защиты от вышеуказанных манипуляциях.

Ключевые слова: психологические манипуляции, программное обеспечение, дизайн, монетизация, экосистемы программного обеспечения, аналитика, реклама, зависимость.

PSYCHOLOGICAL MANIPULATIONS IN SOFTWARE

Zhilin O. A.,

1st year students {Applied Informatics}

Scientific adviser: Kostyrja S.S.,

PhD {Psychology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

This article summarizes publicly available information about psychological manipulations used in software, and their benefits and harms, and also includes recommendations on ways to protect against the above manipulations.

Keywords: psychological manipulation, software, design, monetization, software ecosystems, analytics, advertising, addiction.

В современном мире существует огромное количество программного обеспечения, которое является неотъемлемой частью жизни человека. Также, рост рынка программного обеспечения лишь увеличивается, а чистые прибыли самых больших компаний мира исчисляются миллиардами.

Однако, прибыли этих компаний связаны не только с объективной пользой из продукта, ведь большинство известного программного обеспечения является "бесплатным для некоммерческого использования фи-

зическими лицами". Для того чтобы получать прибыль из таких приложений, этим компаниям приходится использовать другие способы монетизации, которые считаются менее эффективными, такие как реклама и платежи для получения доступа к дополнительному функционалу в программном обеспечении.

Для повышения эффективности этого источника дохода компании стали использовать неэтичные практики, связанные, в первую очередь с психологическими манипуляциями. Эти практики вскоре стали применяться и совместно с традиционными методами монетизации программного обеспечения.

Под психологическими манипуляциями в данном случае понимаются действия и обстоятельства, намеренно созданные или подготовленные третьим лицом для неосознанного склонения человека к конкретной реакции, чаще всего приводящей действиям или формированию мнения, которые бы скорее всего не произошли без вмешательства.

Учитывая вышеприведённую информацию, можно говорить о проблеме вредных для пользователей психологических манипуляций в программном обеспечении, на решение которой и направлена данная работа.

Таким образом, целями этой работы являются:

Изучить информацию о психологических манипуляциях в современном программном обеспечении.

Оценить последствия, разделить пользу и вред психологических манипуляций для пользователей программного обеспечения.

Предложить методы обеспечения психологической безопасности при использовании программного обеспечения.

Для этого будут использоваться научные работы на темы психологических манипуляций и неэтичных практик монетизации в программном обеспечении, а также интернет-ресурсы на вышеупомянутые темы.

1. Видеоигры как пример психологических манипуляций

Тип программного обеспечения, связанный с интерактивным развлечением и обучением, также известный как "видеоигры" или "компьютерные игры", является ярким примером разных видов психологических манипуляций.

Для начала, стоит отметить, что психологические манипуляции являются основой видеоигр как способа развлечения, так как они обманывают чувства человека с целью вызвать чувство удовлетворения, не подкреплённое реальными достижениями.

Однако, данный эффект может иметь как положительное, так и отрицательное воздействие на психическое состояние игрока (пользователя программного обеспечения вышеупомянутого типа).

К положительным эффектам относятся использование электронных развлечений и чувства удовлетворения от них для борьбы с постоянным повышенным стрессом, вызываемый ими интерес используется для самообмана, используемого для игровых методов обучения, видеоигры могут иметь художественную ценность и позволяют получать уникальный опыт от восприятия сюжетной и графической составляющей видеоигры.

Отрицательные эффекты проявляются, например, как появление психологической зависимости в случае если человек не получает достаточно удовлетворения от какого-либо полезного вида деятельности и видеоигра не имеет внутренних ограничений, также то что видеоигра может пытаться вызвать импульсивные покупки внутриигровых сущностей (сокращение времени, тратимого на получение доступ к новому содержимому видеоигры, прямая покупка нового содержимого, покупка связанных товаров, включая фирменные сувениры и другие видеоигр)

Таким образом, видеоигры являются ярким примером как "положительных" (приносящих пользу игрокам) так и отрицательных (наносящих вред игрокам) и даже нейтральных (не наносящих вреда или наносящих в равной степени вред и пользу) психологических манипуляций.

2. Методы психологических манипуляций

Стоит заметить, что основным методом психологических манипуляций является дизайн программного обеспечения, но также существуют и другие методы, в реальности применяемые чаще всего одновременно и усиливающие общий эффект во много раз.

Дизайн как таковой является сам по себе областью в которой применяются знания о человеческой психике, но далеко не каждый дизайн применяется для скрытой манипуляции, а кроме того, этот метод единственный применяется для этических и положительных манипуляций. В области видеоигр манипуляции создаются на этапе "геймдизайна" (род деятельности, который состоит в планировании игрового опыта в первую очередь с точки зрения производимых игроком действий и результатов, не стоит путать с графическим и звуковым дизайном видеоигры, так как хотя их задачи пересекаются, это разные виды деятельности и разные стороны разработки развлекательного программного обеспечения) а в других областях - графическими дизайнерами или маркетологами.

Другой способ, также применяемый крайне часто - манипуляции в рекламе. Этот тип включает совмещение дизайна программного обеспечения с дизайном встроенной рекламы, а также внешнюю рекламу,

побуждающую к покупке связанных товаров или самого программного продукта, либо к пробе условно бесплатной версии.

Ещё один способ - "экосистемы" программного и технического обеспечения, также включающие онлайн сервисы и дополнительную интеграцию с брендированными товарами и сервисами. Данные системы предлагают простоту интеграции и дополнительные удобства в обмен на использование исключительно брендированной продукции от компании и её партнёров. Когда подобная экосистема получает слишком большое распространение, она имеет риск стать монополией, но даже в более локальном масштабе она имеет фактическую власть как авторитет для покупателей, оставляя их очень уязвимыми для психологических манипуляций.

Дизайн и экосистемы позволяют в результате использовать ещё один элемент, увеличивающий эффект манипуляций - сбор статистической и аналитической информации, фактически являющийся отслеживанием действий пользователей. Так как сам факт отслеживания является неприятным и нежелательным из-за особенностей человеческой физики, он чаще всего скрывается, однако так как в современном мире существует законодательство против данного аморального действия, они вынуждены обязательно получать добровольное разрешение от пользователя, которое они пытаются получить при помощи использования манипулятивного дизайна используя управление вниманием, принцип "молчание означает согласие" и другие приёмы, которые будут подробнее рассмотрены ниже.

Экосистемы позволяют в свою очередь собирать данные в огромных количествах и о почти любой активности человека, а анализ этих данных позволяет увеличить как качество программного обеспечения, так и эффективность дальнейших манипуляций, что в современном мире может применяться автоматически при помощи искусственного интеллекта и проприетарных алгоритмов анализа данных соединённых с алгоритмами, адаптирующими опыт использования программным обеспечением.

3. Опасности отрицательных манипуляций

Стоит отметить, что отрицательные, они же вредные для психики манипуляции в большинстве случаев не создаются для намеренного нанесения вреда, и их отрицательный эффект является побочным, но от этого не менее опасным, поэтому стоит отдельно отметить основные отрицательные эффекты данных манипуляций.

Самый часто проявляющийся и один из самых незаметных эффектов состоит в импульсивных покупках и других манипуляциях мнением о товаре. Данный эффект достигается применением манипулятивного дизайна в программном обеспечении связанном с финансами или имеющем платный функционал, также этот эффект достигается при помощи рекламы.

Следующий эффект - зависимость, является относительно редким если принимать в счёт исключительно крайние случаи, но именно благодаря крайним случаям этот эффект получил известность. Примером таких эффектов являются большинство социальных сетей, которые применяют дизайн чтобы обеспечить максимальное погружение в процесс чтения единиц онлайн-контента (вне зависимости от их формы) и слежку чтобы адаптировать алгоритмы к человеку и вызвать ещё большее погружение в процесс.

Ещё один незаметный для пострадавших эффект состоит в том, что называется "театром безопасности", ложном чувстве безопасности, которое программное обеспечение вызывает при помощи закрытых и контролируемых экосистем, соответствующих рекламы и дизайна. Главная опасность данного эффекта, что он притупляет чувство опасности и здравый смысл человека и вызывает доверие к компании, которая может использовать доверие для дальнейших манипуляций и получения выгоды, но не намерена данное доверие оправдывать больше чем необходимо для поддержания иллюзии.

Последний эффект является единственным намеренным - Манипуляция общественным мнением. Обладая огромным количеством информации, доверия, скрытых алгоритмов и других приёмов и уже полученных эффектов, компания может быть использована для манипуляции мнением в масштабах до внутренней и даже внешней политики стран, примером чего является блокировка аккаунтов социальных сетей политических фигур и блокировка приложений социальных сетей, используемых представителями одной из политических партий для планирования митингов и демонстраций, произошедших в США. К несчастью, помимо данных неоднозначных, но явных примеров невозможно найти доказанные примеры более скрытой манипуляции данного характера.

4. Полезные и нейтральные манипуляции

Помимо отрицательных эффектов, существуют также и положительные эффекты, достигаемые преимущественно при помощи дизайна без помощи других методов.

Данные эффекты включают две категории - Нейтральные, получаемые от манипуляций, предназначенных исключительно для повышения эффективности программного обеспечения, при этом выбранных с учётом отказа от отрицательных эффектов, и Положительные, направленные на улучшение психического состояния человека или созданные для борьбы с неизбежными отрицательными эффектами от манипуляций, которые не оказалось возможным заменить безопасными (нейтральными) аналогами.

Примером нейтральных манипуляций является Material Design Guidelines (от английского "Дизайн Материала" и "Руководство"), сборник приёмов дизайна, которые манипулируют человеческим восприятием глубины и пространства для создания интерфейса который кажется естественной частью окружающей среды, при этом не вызывая ненужного погружения и позволяя интуитивно понимать, как работает функционал приложения.

Полезные манипуляции являются достаточно редкими, но их можно увидеть в дизайне приложений и сайтов, когда "ручная" (требующая действий со стороны пользователя) загрузка контента используется вместо автоматической чтобы заставить пользователя выйти из погружения, также можно заметить в видеоиграх японской компании Nintendo, в которой погружение прерывается появлением сообщения с просьбой сделать перерыв от процесса игры, приёмы манипулятивного дизайна используются в некоторых случаях для уменьшения затрат человека на игру а не их увеличения, а также есть игры которые используют методы игрового обучения для поддержания интеллектуальных способностей или физической формы (фитнес-игры).

5. Приёмы манипулятивного дизайна

Разные источники выделяют разное количество активно используемых приёмов манипулятивного дизайна ("Deceptive Design", от английского "обманчивый дизайн"), также называемого "Dark Patterns" (от английского "Тёмные узоры"), но в целях этой работы было решено выделить пять ярко выраженных примеров, которые включают:

Управление вниманием пользователя, заключающееся в расстановке интерфейса с расчётом на отдаление или приближение конкретных элементов интерфейса к центру внимания.

Скрытие нежелательной информации в юридических текстах, обладающих большим объёмом, что побуждает человека согласиться на их содержание без фактического ознакомления

Скрытие важной информации до момента, когда пользователь будет меньше всего заинтересован в её изучении, это часто используется для добавления цены к продукту в онлайн магазинах

Принцип "молчание означает согласие", когда значение "по умолчанию" это то значение, которое человек маловероятно решит поставить самостоятельно

Изменение расположения элементов интерфейса для использования сформированной у пользователя моторной памяти для произведения им нежелательных для него действий, как, например, данный приём используется для привлечения внимания к новому функционалу приложения путём активации функционала при помощи элемента поставленного на место часто используемого пользователями старого элемента, или использование значения по умолчанию желаемое пользователем вместо нежелаемого, но из-за сформированной моторной памяти пользователь ошибочно меняет это значение на нежелательное

6. Вывод

Можно сделать вывод, что психологические манипуляции применяются для разных целей, и цели, для которых они применяются, определяют вред и пользу эффектов от данных манипуляций.

Вредные эффекты психологических манипуляций являются побочными, но их появление обусловлено отсутствием мотивации для этичного ведения бизнеса и других видов деятельности, что приводит к использованию всех возможных способов получения прибыли без учёта эффектов для здоровья психики и другого вреда, которые данные практики наносят. Такие манипуляции применяются большими компаниями, ориентированными на прибыль имеющими влияние чтобы скрывать вред, который они наносят.

Полезные манипуляции применяются для улучшения психического состояния пользователя или для уменьшения вреда от вредных манипуляций, их применяют компании, ставящие свою репутацию выше прибыли, также небольшие компании и проекты, в которых личные моральные качества каждого участника имеют большее значение чем прибыль, и некоммерческие проекты, созданные без учёта прибыли

Нейтральные манипуляции применяются для повышения эффективности программного обеспечения, но не наносят вреда, их применяют обе "стороны", но большее внимание им уделяют те, кто уже применяют положительные и не применяют отрицательные манипуляции.

Таким образом, для обеспечения безопасности личности можно сделать несколько разных подходов:

Работа с законодательством, изменение законов направленных на предотвращение вредных манипуляций. Данный метод применяется в Европейском Союзе, однако не показывает достаточных результатов, так как он не способен полноценно решить проблему в корне и создатели программного обеспечения будут искать "лазейки" в законодательстве быстрее, чем могут приниматься новые законопроекты, а международные компании часто имеют большее влияние, чем отдельное правительство и могут отказываться соблюдать выставляемые требования.

Изучение и распространение информации о данных манипуляциях - один из самых эффективных для личности методов борьбы с психологическими манипуляциями, состоящий в получении информации о их устройстве, видах, причинах и последствиях. Помимо знания о конкретных методах, анализ этой информации позволяет формировать понимание общей для всех методов структуры и здравый смысл, что приводит уже к осознанному сопротивлению манипуляциям.

В дополнение ко второму методу стоит также понимать, что сопротивление психологическим манипуляциям тратит силы и внимание человека, поэтому помимо этого стоит искать замены манипулятивным единицам и экосистемам программного обеспечения. Знание о причинах использования манипуляций позволяет понять, что искать замены стоит среди небольших проектов (как пример, "инди" видеоигр) и проектов некоммерческих организаций (например, программного обеспечения с открытым исходным кодом). Также для поиска таких проектов были созданы проекты вроде интернет-ресурсов www.darkpattern.games (список видеоигр с описанием наличия или отсутствия приёмов манипулятивного дизайна) и "Terms of Service; Didn't Read" (список интернет-ресурсов с кратким описанием их условий пользования, политики конфиденциальности и других сложных для чтения юридических документов в которых находится важная информация, например, о собираемых данных).

Литература:

1. Волынчикова, Н. А. Психологические манипуляции в общении / Н. А. Волынчикова, Е. Г. Лазарева // Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна" – 2018 г. – С. 94-96
2. Гребенщикова, М. Е. Психологическая манипуляция и способы противостоять ей / М. Е. Гребенщикова // Новосибирский государственный педагогический университет 2018 г. – С. 33-34
3. Федурин, А. В. Психологическая установка и манипуляции в рекламе / А. В. Федурин, Ю. А. Артамонова // МАНИПУЛЯЦИИ – 2018 г. – С. 104-106

4. What Makes a Dark Pattern... Dark? Design Attributes, Normative Considerations, and Measurement Methods // arxiv.org [сайт] – режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/2101.04843.pdf> свободный (дата обращения: 03.12.2022) – Загл. с экрана.
5. Каллиониemi, П. Facebook's Dark Pattern Design, Public Relations and Internal Work Culture / Каллиониemi П. / Тамперский Университет – 2022г.
6. Киннаирд, З. Dark patterns powered by Machine Learning: an intelligent combination / scribe.rip [сайт] – режим доступа: <https://scribe.rip/dark-patterns-powered-by-machine-learning-an-intelligent-combination-f2804ed028ce> свободный (дата обращения: 03.12.2022) – Загл. с экрана.
7. DarkPattern.games - Avoid Addictive Dark Patterns // www.darkpattern.games [сайт] – режим доступа: <https://www.darkpattern.games/> свободный (дата обращения: 03.12.2022) – Загл. с экрана.
8. Deceptive Design – formerly darkpatterns.org // www.deceptive.design [сайт] – режим доступа: <https://www.deceptive.design/> свободный (дата обращения: 03.12.2022) – Загл. с экрана.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ МЕТАВСЕЛЕННОЙ В БИЗНЕСЕ

Гамоля Д.С.,

студент 4 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

С каждым годом все больше компаний создают и развивают свои проекты с помощью технологий искусственного интеллекта и метавселенных. Все это может изменить рынок услуг и товаров в ближайшем будущем, за счет внедрения совершенно новых технологий в жизнь людей. Визуализация в рамках метавселенной позволяет показывать потенциальным клиентам премиальные или маломобильные продукты, перед покупкой которых, клиенты могут ознакомиться со всеми свойствами товаров.

Ключевые слова: маркетинг, метавселенная, искусственный интеллект.

OPPORTUNITIES FOR USING METAVERSE TECHNOLOGIES IN BUSINESS

Gamolya D.S.,

4th year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tklich M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Every year more and more companies create and develop their projects using artificial intelligence technologies and metaverses. All this can change the market for services and goods in the near future, due to the introduction of completely new technologies into people's lives. Visualization within the metaverse allows you to show potential customers premium or low-mobility products, before buying which, customers can familiarize themselves with all the properties of the goods.

Keywords: marketing, metaverse, intelligence technologies.

Главной задачей данной статьи стал анализ специфики использования и внедрения технологий искусственного интеллекта и метавселенных в бизнес. Но для того, чтобы оценить результаты исследования, представляется необходимым ознакомиться с теоретико-методологическими основами технологий искусственного интеллекта и метавселенных.

Искусственный интеллект – наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ [3].

Метавселенная – постоянно действующее виртуальное пространство, в котором люди могут взаимодействовать друг с другом и с цифровыми объектами через свои аватары, с помощью технологий виртуальной реальности. Взаимодействие может происходить с помощью различных технологических приспособлений, как с помощью традиционных персональных компьютеров, так и с гарнитурами виртуальной и дополненной реальности [5].

Анализируя особенности метавселенных, один из передовых разработчиков данной технологии, Мэтью Болл, в своих исследованиях выделил следующие атрибуты Метавселенной:

1. Она должна быть постоянной – то есть, она никогда не будет «перезапущена» или «приостановлена» и не прекратит существовать. Она такая же, как реальная жизнь.

2. Она будет «синхронной и живой» – даже при том, что в мете, как и в реальной жизни, будут происходить заранее запланированные события, она будет живым, целостным опытом для всех и каждого в реальном времени.

3. Нет ограничений по числу пользователей, которые населяют мету.

4. Она будет включать в себя полностью функционирующую экономику – частные лица и предприятия смогут создавать, владеть, инвестировать, продавать и получать вознаграждение за невероятно широкий спектр «работы, которая генерирует общепризнанную ценность».

5. Метавселенная включает в себя элементы реального мира, например, пользователь сможет использовать свой реальный ноутбук и работать на нем, находясь в виртуальном пространстве.

6. В Мете должна быть абсолютная совместимость разных «миров», их данных, цифровых активов и контента, который в них есть. Как если бы ваш скин (*разг. внешний вид предмета*) для оружия в Counter-Strike можно было использовать в Fortnite или в любой другой игре. Сегодня цифровой мир напоминает торговый центр, где каждый магазин

использует свою собственную валюту, разные удостоверения личности, собственные единицы измерения и т.д.

7. Метавселенная должна быть наполнена контентом и опытом, которые создают пользователи: как отдельные люди, так и организации [4].

С каждым годом технология метавселенных привлекает все больше внимания. Передовые отечественные компании, следуя за мировыми трендами, уже создают свои миры в мете или с интересом изучают возможности использования метавселенных в своем бизнесе [2].

К примеру, 3 сентября 2022 года в киберпространстве Tinkoff Pulse Park был проведен виртуальный концерт Михаила Шуфутинского [1]. Зрители могли выполнять разные задания и получать в качестве награды NFT-сувениры от исполнителя и организаторов.

Также, компания «М.Видео» запустила собственный проект в метавселенной Roblox, приуроченный к началу учебного года. Участники данного события могли гулять по виртуальному магазину и изучать его товарный ассортимент. Бренд постарался вовлечь аудиторию в проект с помощью заданий, после выполнения которых, пользователи получали бонусные баллы, которые можно было потратить в магазинах сети.

Основываясь на данных примерах, можно сделать вывод, что метавселенные постепенно выходят из разряда фантастических технологий и становятся важным инструментом для бизнеса. Развитие данной технологии обусловлено большими перспективами взаимодействия внутри метавселенной пользователей и брендов, а также постепенным удешевлением оборудования для пользования данной технологией.

В январе 2022 года был проведен авторский опрос среди 64 респондентов, целью которого являлось исследование возможности внедрения технологий метавселенных в деятельность респондентов или их бизнес. В исследовании приняло участие 36% респондентов мужского пола, 64% – женского пола в возрасте от 16 лет и старше.

В данном исследовании приводится вопрос «В перспективе, видите ли Вы возможность открытия своего бизнеса в метавселенной или внедрения аспектов технологии в нынешнее место работы?». Мнения по данному вопросу разделились. Так, половина (51,6%) опрошенных высказалась о возможности внедрения данных технологий в их место работы или бизнес, а 48,5% респондентов не видят возможностей использовать технологии метавселенной в своей деятельности (Рисунок 1).

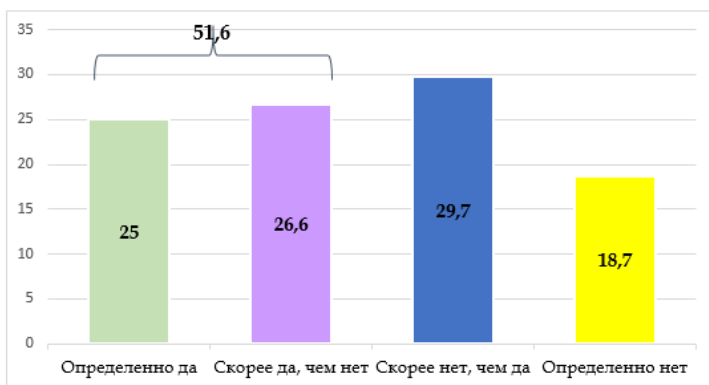


Рисунок 1. «В перспективе, видите ли Вы возможность открытия своего бизнеса в метавселенной или внедрения аспектов технологии в нынешнее место работы?» (% от общего кол-ва респондентов)

Одними из главных преимуществ использования метавселенных как для пользователей, так и для компаний, являются - интерактивность и свободная визуализация. Люди в мете могут взаимодействовать с объектами так же, как и в реальности. Визуализация в рамках метавселенной позволяет показывать потенциальным клиентам премиальные или маломобильные продукты, перед покупкой которых, клиенты могут ознакомиться со всеми свойствами товаров. Это может быть особенно полезно для производителей промышленного оборудования, застройщиков и производителей автомобилей.

В использовании метавселенных в качестве инструмента бизнеса есть несколько несомненных преимуществ. Первое – возможность создавать собственные правила бытия внутри меты. К примеру, создавать конструкции и продукты, выходящие за рамки привычных законов физики. Второе преимущество - возможность клиентов получать виртуальный продукт совершенно идентичный реальному. И за счет этого делать конечный выбор среди интересующих их моделей продуктов. Третье - возможность перемещаться пользователями метавселенной по всему цифровому миру, не выходя из комнаты. Это может дать большой толчок для развития бизнеса в сферах туризма, выставок, концертов и так далее. Также, это способно предоставить большие возможности для маломобильных людей.

В заключение хочется отметить, что на современном рынке, компании все больше осознают значимость внедрения технологий метавселенных в свой бизнес. Метавселенные могут стать крайне перспективной площадкой взаимодействия пользователей и брендов и значительно расширить возможности анализа товаров перед покупкой в реальном мире.

Литература:

1. «Тинькофф» проведёт концерт Михаила Шуфутинского в метавселенной [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/mikhail-shufutinskij-metavselennaya-56287.html> (дата обращения: 13.12.22).
2. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие. - М.: ИТК «Дашков и К», 2016. - 424 с.
3. Толковый словарь по искусственному интеллекту / Авторы-составители А.Н. Аверкин, М.Г. Гаазе-Рапопорт, Д.А. Поспелов. М.: Радио и связь, 1992. - 256 с.
4. Мэтью Болл. Метавселенная. Как она меняет наш мир = Matthew Ball. The Metaverse: And How it Will Revolutionize Everything. – М.: Альпина Паблишер, 2023. – С. 362.
5. Chohan, Usman W., Metaverse or Metacurse? (February 19, 2022) [Электронный ресурс] // SSRN. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=4038770> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4038770> (дата обращения: 13.12.22).

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Агиевская В.А.,

студент 2 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Специальные мероприятия важный инструмент для решения разных задач, например, для донесения до целевой общественности какой-либо информации, для выстраивания доверительных отношений, привлечения новых партнеров/инвесторов/клиентов, а также для получения высокой активности в информационном поле. В статье были выделены актуальные и действенные специальные мероприятия, которые позволяют привлечь новую аудиторию, выстроить с ними доверительные отношения, а также способствуют пополнению списка лояльных СМИ и компаний-партнеров.

Ключевые слова: PR, мероприятия, специальные мероприятия.

MAIN TYPES OF SPECIAL EVENTS

Agievskaya V.A.,

2nd year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tklich M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Special events are an important tool for solving various problems, for example, for conveying any information to the target public, for building trusting relationships, attracting new partners/investors/clients, and also for getting high activity in the information field. The article highlighted relevant and effective special events that allow you to attract a new audience, build trusting relationships with them, and also contribute to replenishing the list of loyal media and partner companies.

Keywords: PR, events, special events.

Мероприятия, которые принято называть специальными (special events) – это один из важнейших инструментов в PR-деятельности. В настоящее время основной целью проведения специальных мероприятий является привлечение внимания общественности к самой компании,

ее товарам или услугам. Поэтому для обширного освящения мероприятия проводится серьезная работа с журналистами и аккредитованными информационными агентствами.

Основными этапами реализации специальных мероприятий являются: 1) принятие решения о необходимости проведения мероприятия; 2) проведение мероприятия; 3) анализ проделанной работы и оценка эффективности проведенного мероприятия. Все эти этапы зависят друг от друга и тесно связаны между собой. В случае, если на одном этапе будет совершена ошибка, то это отразится на ходе последующих этапов в виде серьезных проблем или сложностей.

На начальном этапе важно обозначить основную цель мероприятия, задачи мероприятия, выбрать целевую общественность, на которую будет эффективно воздействовать данное мероприятие. На втором этапе необходимо назначить ответственного за проведение мероприятия и провести его согласно написанному ранее сценарию. Нужно также сказать, что каждое специальное мероприятие имеет свои уникальные черты и особенности, хотя основная «канва» (общий шаблон) проведения мероприятия все же может существовать в компании. На завершающем этапе необходимо использовать обозначенные на начальном этапе методы анализа завершенной работы, основываясь на определенных показателях эффективности проведенного мероприятия. Следовательно, на третьем этапе осуществляется расчет эффективности и формирование отчета о проведенном специальном мероприятии.

Также следует обозначить две группы, на которые делятся типы специальных мероприятий:

1. Естественные (с реальным инфоповодом);
2. Искусственные (с придуманным инфоповодом).

И.В. Алешина так классифицирует специальные мероприятия:

– информативные мероприятия, основной задачей которых является передача определенной информации через увеселительную программу (н-р, день открытых дверей, презентация нового продукта, открытие точки продаж и др.);

– образовательные мероприятия, суть которых состоит в обмене информацией или опытом (н-р, семинары, мастер-классы, выставки, профессиональные конференции и др.);

– символические (инсценированные) мероприятия, т.е. специально созданные компанией мероприятия для повышения известности или для привлечения внимания СМИ (н-р, посадка деревьев, посвящения);

– досуговые мероприятия, предназначенные для организации свободного времени как своей внутренней общественности, так и внешней, и направлены на их развлечение [1].

В целом, все виды специальных мероприятий, опираясь на их основную цель, можно поделить на три группы:

- 1) презентационно-событийные;
- 2) информационно-образовательные;
- 3) благотворительные.

К первой группе относятся такие специальные мероприятия, как:

- юбилеи;
- презентации;
- церемонии;
- награждения.

Положительными сторонами данных мероприятий являются: оповещение о событии; прямой контакт с общественностью; активное привлечение внимания общественности; возможность вызвать положительные эмоции у целевой общественности.

Информационно-образовательные мероприятия позволяют обсуждать актуальные проблемы в любых отраслях и сферах деятельности, представлять позиции организации в нужном свете, донося идеи компании до общественности не прямо, а опосредованно. Как правило, такие мероприятия проводятся по темам, представляющим взаимных интерес компаний и общественности.

Благотворительные мероприятия, чаще всего, предполагают спонсирование некоммерческих организаций, фондов, социально значимых объектов. Сбор пожертвований может проходить как на организованном спортивном марафоне, так и на официальных приемах, фестивалях и концертах. Занимаются благотворительной деятельности как некоммерческие, так и коммерческие предприятия. Для некоммерческой организации благотворительность может стать основным видом деятельности: строится программа PR-деятельности, направленная либо на повышение популярности данного НКО в локальном сообществе, на привлечение внимания к финансируемым направлениям НКО, либо на активизацию сбора средств на определенные цели.

На сегодняшний день, наиболее часто используются такие специальные мероприятия, как: церемонии открытия, приёмы, презентации, конференции, выставки (или участие в профильной выставке), дни открытых дверей, пресс-конференции, брифинги, пресс-туры и т.д. [5] Кратко рассмотрим каждый из перечисленных вид специальных мероприятий.

Церемонии открытия обычно представляет собой праздничное открытие новой компании или точки продаж. Увеселительные мероприятия, скидки в честь открытия и брендированные сувениры могут привлечь новых клиентов, наладить контакт с ними и показать свои преимущества по сравнению с конкурентами.

Официальные приёмы – это подготовленное компанией мероприятие для узкого круга людей (это могут быть как партнеры, крупные инвесторы, клиенты, так и сотрудники компании) с фуршетом или шведским столом. Приемы проводятся по определенным случаям, как то: 1) важная дата для компании или в преддверии официального праздника; 2) посещение важного гостя или делегации компании-партнера; 3) расширение компании или стремление увеличить контакты в сфере деятельности компании. Приемы могут различаться: дневные и вечерние, с рассадкой и без рассадки, формальные и неформальные.

Презентации нового продукта/услуги/функции – это мероприятие, которое может быть проведено самостоятельно, либо как часть другого мероприятия, н-р, в рамках профессиональной или пресс-конференции, дня открытых дверей и прочее. Презентация позволяет обозначить важные моменты в деятельности компании, рассказать о функционале и уникальных свойствах нового товара или услуги, об организации какого-либо проекта [4].

Профессиональная конференция позволяет объединить специалистов своей отрасли с возможностью решения определенной проблемы или ряда задач. В рамках конференции могут проходить и другие мероприятия, например: круглые столы, презентации, официальные приемы. Конференции бывают как внутренние, так и внешние (на которых принимают участие отдельные сотрудники компании) [2].

Организация выставки или участие в профильных выставках – это одно из самых популярных мероприятий компании. Большим плюсом профильных выставок является расширение контактов и увеличение продаж.

День открытых дверей – мероприятие, чаще всего используемое образовательными организациями и реже коммерческими, позволяющее наладить хорошие взаимоотношений с целевой аудиторией, закрепить за своей организацией позитивный имидж, показать условия деятельности организации, познакомить целевую аудиторию со своими сотрудниками.

Пресс-конференция особое PR-мероприятие, посвященное определенной проблеме или событию, на котором присутствуют журналисты из разных СМИ. Суть данного мероприятия в диалоге с прессой, ответах на вопросы, которые волнуют внутреннюю и внешнюю общественность. В отличие от пресс-конференции, брифинг – это быстрая,

короткая встреча представителей организации со СМИ, приглашёнными представителями органов государственной власти. Брифинг носит односторонний оповещающий характер [3].

В рамках пресс-тура журналистам обычно предоставляют возможность приехать в стены предприятия или на производство, чтобы снять материал о деятельности кампании. В том числе, пресс-тур может включать в себя и экскурсионную программу для журналистов по городу (региону) в котором предприятие осуществляет свою деятельность.

В заключении хочется отметить, что специальные мероприятия важный инструмент для решения разных задач, например, для донесения до целевой общественности какой-либо информации, для выстраивания доверительных отношений, привлечения новых партнеров/инвесторов/клиентов, а также для получения высокой активности в информационном поле. В статье были выделены актуальные и действенные специальные мероприятия, которые позволят привлечь новую аудиторию, выстроить с ними доверительные отношения, а также поспособствуют пополнению списка лояльных СМИ и компаний-партнеров.

Литература:

1. Алешина И. В. PR для менеджеров. - М., 2018.
2. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR. - М., 2018.
3. Кузнецов М.И. Практическая психология PR и журналистики. – Спб., 2019.
4. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшенз: от бизнеса до политики. - М., 2017.
5. Шомели Ж., Уисман Д. Связи с общественностью. - СПб. 2019.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-КАМПАНИИ

Никитина С.А.,

студент 2 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Public Relations, в переводе с английского «связи с общественностью» – это один из значимых аспектов получения высоких результатов в бизнесе, достигается оно за счет максимального взаимопонимания. Связи с общественностью способствуют формированию хорошей репутации организаций, компаний, бренда и т.д. PR направлен на обеспечения запросов клиентов, а проведение PR-кампании преследует цель обеспечение достойного имиджа в сознании общественности.

Ключевые слова: PR-компания, продажи, реклама, продвижение, имидж, PR-анализ, прибыль.

FEATURES FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF A PR CAMPAIGN

Nikitina S. A.,

2nd year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tkalic M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Public relations, translated from English as "public relations", are the result of identifying a high level of mutual understanding in business. Public relations public formation of a good reputation of organizations, companies, brands, etc. e. PR is aimed at meeting the needs, conducting a PR campaign by clients is aimed at ensuring a worthy image in relation to the population.

Keywords: PR-company, sales, advertising, promotion, image, PR-analysis, profit.

В коммерческой деятельности все можно рассчитать и измерить, но в связях с общественностью практически невозможно определить точный эффект и наглядно показать его данные в графическом или в численном виде, однако механизмы, способные сделать это имеются.

Метод Advertising Value Equivalent как раз одним из таких способов, если переводить с английского, то это выражение имеет следующее значение «коэффициент эквивалента стоимости затрат, потраченных на рекламу», сокращенно «EAV».

Интересный факт, что именно «EAV», коэффициент эквивалентных затрат на рекламу, считается первым способом, который помог оценить эффективность PR-усилий. Это демонстрирует, сколько стоило бы разместить материал (оплаченный) в том же месте, где он уже был размещен с помощью PR-компании. Главное, что нужно понимать, - это то, что Advertising Value Equivalent рассчитывается путем сравнения, а именно сравнения объема публикаций и тарифов, которые соответствуют данным СМИ [1].

Раньше этот метод был довольно популярен, потому что именно благодаря EAV сотрудник мог показать руководству реальный результат, который выражается в деньгах. Однако вскоре стало очевидно, что качество присутствия в СМИ не отражает цены на рекламу, площадь публикации или даже эфирное время. Более того, они практически не имеют никакого отношения к PR-анализу, именно по этим причинам многие организации отказались от этой методики и перестали ее признавать.

Важно понимать, что компании не только рассчитывают коэффициент полезного действия рекламы, но и сами принимают участие в создании новой рекламы. Эти действия регулируются на действующем ФЗ "О рекламе" № 38 от 13 марта 2006 года. Он обеспечивает соблюдение принципов добросовестной конкуренции, реализацию права потребителей на получение честной и достоверной рекламы [2]. Цель закона «О рекламе» - это развитие рынка товаров и услуг, а также поддержание взаимовыгодных отношений среди субъектов, принимающих участие в рыночных отношениях, и, конечно же, поддержание здоровой конкуренции среди участников.

Существует также еще один вариант оценки эффективности PR-компании. Он основан на одном из показателей AVE, а именно взвешенной стоимости носителя – средней стоимости носителя, сокращенно "WMC".

Итак, если говорить более подробно, то WMC учитывает, помимо стоимости, качество материала. Для того чтобы рассчитать это, берутся показатели тональности, плотности упоминаний, активности спикера и жанра статьи.

Вам нужно использовать этот метод – Weighted Media Cost с определенными условиями:

1. Чаще всего финансируемые, частично финансируемые и не финансируемые публикации берутся вместе;

2. Существуют проблемы с определением фактической стоимости рекламы в СМИ;

3. WMC предполагает, что рекламные и редакционные материалы сопоставимы. Но главное - всегда понимать, что качество контактов, достигаемое с помощью PR и рекламы, имеет существенные различия [3].

Существует еще один показатель для PR-анализа – CPM – это цена за 1000 показов. Полное название – Cost Per Mille или Cost Per Millenium. Как это работает? На самом деле очень просто CPM стоимость 1000 показов рекламного сообщения. Этот способ используется зачастую для того, чтобы сравнить какую эффективность приносят различные медиаканалы. CPM рассчитывается как стоимость тысячи контактов с аудиторией, то есть стоимость размещения рекламы делится на прогноз количества просмотров и умножается на 1000 показов. Если говорить про эффективность рекламной компании, то формула несколько отличается от предыдущей, а именно для расчета коэффициента полезного действия бюджет рекламной компании делится на общее число фактических показов и умножается на 1000 показов.

Обычно PR-отдел выглядит менее убедительно по сравнению с отделом маркетинга. Объясняется это тем, что стоимость 1000 взаимодействий, привлеченных с помощью PR, могут быть в несколько раз меньше по стоимости контактов нежели 1000 контактов, которые были получены с помощью маркетинга. CPM все-таки больше маркетинговый показатель, поэтому для PR-анализа не совсем подходит. Конечно, в каналах используются явно разные механизмы определения контактов клиентов. Поэтому для получения достоверной информации могут потребоваться дополнительные коэффициенты.

Все рассмотренные индикаторы имеют свои преимущества и недостатки. Однако, несмотря на это необходимо выразить эффективность от PR-кампаний. Сделать это нужно в цифрах и, естественно, не забыть рассчитать ROI – рентабельность инвестиций.

Единственно верным и менее затратным решением на сегодняшний день является построение корреляционных моделей, в которых аналитические показатели соотносятся с финансовыми результатами [4, С.372].

Коэффициент приближения к идеалу (PRT) является одним из самых перспективных аналитических показателей. Значительное преимущество ему дает тот факт, что этот метод способен подстроится под каж-

дый случай, то есть он учитывает особенности каждой конкретной ситуации, и это позволяет ему более эффективно осуществлять свою работу, поскольку этот механизм несет за собой меньшие потери, ведь он не использует одну и ту же стратегию во всех случаях, а наоборот для каждого отдельной ситуации разрабатывает новый план действий [4, С.373]. Таким образом, коэффициент приближения к идеалу - это гибкая многофакторная модель, способная использоваться для решения различных задач

Этот способ берет во внимание данные, которые связаны:

Во-первых, с предоставлением информации об источнике;

Во-вторых, непосредственно с самим материалом;

В-третьих, с объектом рекламирования.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод о том, что возможно выбирать не только качественные характеристики, которые будут включаться в окончательный расчет индикатора, но и возможно выбирать какие расчеты должны выполнять по выбранным переменным.

Самая большая проблема, с которой сталкивается каждый владелец бизнеса, - это то, как рассчитать эффективность PR-компании. Существует мнение, что рассчитать эффективность невозможно, поскольку измерить уровень отношения к компании или бизнесу со стороны СМИ, общества или других компаний не предоставляется возможным. Однако это большое заблуждение, поскольку существуют определенные показатели, которые должны помочь измерить определить эффективность PR-компании, хотя точно оценить эффективность PR-кампании довольно сложно. Важно понимать, что в современных условиях показатели эффективности являются основным показателем качества работы по связям с общественностью.

Есть четыре стратегии, позволяющие примерно определить эффективность PR-кампании:

1. Анализ показателей «обратной связи». После мероприятий по связям с общественностью оценке подлежат отклики на мероприятия, а точнее их количество. Оценивается, также изменение общественного мнения по некоторым вопросам и осведомленность потребителей о товаре, услуге, компании или организации.

2. Анализ количественных показателей. В отчете клиенту указывается, сколько материалов было опубликовано в массмедиа и многие другие информационные моменты, которые на самом деле не очень эффективны. Недостаток этого метода очевиден – он не учитывает качественные результаты, он направлен на теорию, а теория без применения практики, как правило менее эффективна.

3. Анализ показателя достижения целей. PR-кампания всегда начинается с составления плана и определение конкретных целей, которые должны быть достигнуты в результате реализации выбранной стратегии.

4. Анализ финансовых данных. Самый легкий и распространенный вариант коэффициент эффективности PR-кампании – это просто осуществить анализ финансовых данных, а именно динамику роста продаж, рост прибыли, процент привлеченных клиентов, а также сравнить размер среднего чека.

В завершении хотелось бы сказать, что определение нужного инструмента оценки будет напрямую зависеть от специфики PR-кампании.

Литература:

1. Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В. Маркетинг в коммуникации: Учебник / ред. Л. П. Дашкова. - Москва: М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.
2. Смеюха В. В. Интегрированные коммуникации: теория и практика связей с общественностью: Учебное пособие / В. В. Смеюха - Ростов-на-Дону: ФГБОУ ВО РГУПС. 2016.
3. Широкова Е. В. Стилистика PR-текстов: Учебное пособие / Е. В. Широкова - Москва: ФЛИНТА, 2017.
4. Крайнов Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: Учебное пособие / Г. Н. Крайнов – Москва: Издательство «Лань», 2018.

МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Влайков Т.Р.,

студент 2 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Массмедиа или СМИ – это один из основных органов воздействия на сознание широких масс. Однако, в то же время, стереотипы играют роль инструментов, с помощью которых СМИ воздействуют, а еще точнее сказать манипулируют сознанием масс, помимо этого их мировоззрение становится подверженным контролю. Важно то, что менее образованные люди зачастую не имеют «критического мышления», поэтому они чаще подвергаются манипуляциям со стороны СМИ. Массмедиа – это некий механизм манипулирования, благодаря которому возможно навязать человеку определенные взгляды и мнения, в корни изменить его отношение событиям, происходящим в мире.

Ключевые слова: массовое сознание, средства массовой информации, воздействие на массовое сознание.

METHODS OF THE IMPACT OF THE MEDIA ON THE MASS CONSCIOUSNESS OF CONSUMERS

Vlaikov T.R.,

2nd year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tkalic M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Mass media or mass media is one of the main ways of influencing the consciousness of the broad masses. However, at the same time, stereotypes play the role of tools through which the media influence, or more precisely, manipulate the consciousness of the masses, in addition to this, their worldview becomes subject to control. The important thing is that less educated people often do not have "critical thinking", so they are more likely to be manipulated by the media. Mass media is a kind of manipulation mechanism, thanks to which it is possible to impose certain views and opinions on a person, to radically change his attitude to events taking place in the world.

Keywords: mass consciousness, mass media, impact on mass consciousness.

Средства массовой информации, сокращенно СМИ, - это аппарат, способный влиять на людей, их сознание, жизнедеятельность, а также их мировоззрение. Естественно, они, то есть средства массовой информации, используют большое количество методов, которые воздействуют на сознание человека и формируют в нем новую личность, а точнее, новое отношение к окружающему миру. Человек, который соответствует ожиданиям доминирующего в нем общества. Благодаря средствам массовой информации можно не просто редактировать отношение человека к тем или иным событиям, но и контролировать его поведения и действия и, конечно же, сознание. Люди, не имеющие хорошо развитое критическое мышление или люди, которые не умеют анализировать и давать объективную оценку событиям, происходящим вокруг них, в буквальном смысле становятся марионетками в руках вышестоящих людей, ведь они целиком и полностью контролируют их сознание.

Прежде всего, среди методов средств массовой информации есть механизмы, направленные на трансформацию коммуникативной стороны и содержания информации. Им важно получить реакцию от человека, которая будет основываться на эмоциях и чувствах, чтобы минимизировать возможность объективной оценки со стороны индивида. Реакция должна соответствовать предоставляемой новости, то есть должна полностью оправдать ее. Эмоциональное воздействие такого типа достигается за счет новых лингвистических средств, специфические способы подачи информации также берутся во внимание. Таким образом, интонация, жесты, мимика, все возможные речевые обороты, - все вышперечисленное имеет большое влияние на людей, их понимание, чувства и эмоции. Важно отметить, что этот метод также связан с созданием и распространением ложных событий и ситуаций, также этот метод скрывает значимую информацию, поскольку она способна повлиять на человека и его мнение [1]. Иногда оба этих варианта используются одновременно, то есть важную информацию умалчивают, дабы не волновать население, и чтобы отвлечь людей от возможно случайно всплывшей информации, ее пытаются перебить фейковой историей, которая заберет внимание населения на себя.

Хотя ложные новости не всегда подразумевают отрицательный характер, так некоторые события, происходящие в мире, могут нести чересчур жестокую и шокирующую информацию, поэтому сведения о них следует перефразировать, чтобы не вызвать панику среди населения. Но, к сожалению, зачастую искажение фактов и редактирование информации используются не для таких благих целей, а для того, чтобы облегчить управление общественностью. Если всем навязывать чужую волю

или определенный взгляд на события, это обязательно повлияет на общественное сознание в целом.

Сокрытие фактов предполагает избирательное представление фактов, получается, что из огромного объема информации выделяется только та часть, которая приносит пользу отдельным лицам, что наиболее распространено в политической сфере. Это особенно важно во время выборов, так как многие политики хотят выглядеть достойно своему статусу, поэтому демонстрируют только положительные достижения. Этот факт, безусловно, влияет на мышление широких масс людей, на их политическое сознание, отношение к жизни и окружающей обстановке в целом, а также затрагивает и выбор дальнейшего пути развития государства, в котором они живут.

Средства массовой информации используют методы эмоционального воздействия на индивидов, что естественно. Ведь именно эмоции, внутреннее эмоциональное состояние человека, на которое можно повлиять в большей степени при создании видения событий, играют важную роль в формировании общественного сознания [2]. Такие методы включают следующее:

1. Сенсация или сенсационность.
2. Запугивания.
3. Насилие в массмедиа.

Каждый из этих принципов обладает особыми особенностями и свойствами. Они существенно влияют на окружающую действительность, поскольку каждое из них изменяет сознание и восприятие индивида. Специфика методов заключается в том, что они обладают относительной гибкостью и адаптируемостью к постоянно меняющимся условиям. Важно отметить, что эти методы могут существовать как независимо, так и во взаимодействии друг с другом.

Рассмотрим данные методы более детально.

1. Сенсационность или сенсация. Речь идет об использовании ярких событий, громких новостей. Они настолько важны, что на них сосредоточено основное внимание общественности. Из-за того, что в СМИ возникают ситуации со скрытыми фактами или случаями, что обычно ослабляет внимание людей, которые рассматривают определенные социальные, экономические, культурные и политические аспекты жизни, которые предшествовали чувственному событию и могут в большей степени изменить мировоззрение человека.

2. Метод запугивания индивида. Смысл его мотива в том, что у зрителя есть выбор. Этот выбор обусловлен тем, что из двух зол, человек должен выбрать меньшее. В передаваемой СМИ информации отражена

альтернатива, основанная на противодействии заранее сформулированным негативным результатам.

Благодаря некоторым речевым конструкциям, у человека формируется ложное мнение о том, что одно из «зол» не несет такого негативного смысла и из двух зол необходимо выбрать меньшее, поэтому этот факт постепенно начинает восприниматься человеком как благо, и, что самое парадоксальное, люди начинают считать, что это событие способно не только создать стабильную ситуацию для них, но и улучшить их жизнь.

Методы запугивания человека влияют на его жизнь и представления о событиях и явлениях, а также создают определенное мировоззрение, которое, в свою очередь, влияет на жизнь индивида в целом [3].

3. Способ медиа-насилия - это последний метод эмоционального воздействия СМИ на общественное сознание. Это представляет собой давление на население за счёт наглядного показа насилия, которое проявляется в любой форме [4]. Этот метод призван показать человеку жестокость и сформировать представления о том, как лучше не поступать, чтобы избежать подобных ситуаций в будущем.

Сегодня СМИ стараются избегать метода медиа-насилия, потому что влияние этого метода двоякое: с одной стороны, кто-то действительно меняет свое отношение к миру, стремится создать модель поведения, которая исключит жестокость, а с другой есть те, кого вдохновляет такая информация. Напротив, они еще более вспыльчивы и жестоки по отношению к внешнему миру.

Когда невозможно скрыть информацию, часто используется метод отвлечения внимания, который упоминался ранее. Люди не могут находиться в состоянии информационного дефицита [5]. Именно для того, чтобы отвлечь населения, одно события заменяют другими. Отвлекающая информация обязательно будет более сенсационная нежели предыдущая. Также вокруг нее будет создаваться искусственный ажиотаж.

Существует также еще один метод, именно метод семантической манипуляции. Он подразумевает детальное рассмотрение, отбор и особое расположение понятий, которые призваны вызывать у человека либо положительные, либо негативные эмоции. Этот подход позволяет оказывать влияние на осознание информации [6]. Из-за того, что метод базируется на вызывание определенных чувств, он позволяет легко контролировать человека.

Способ подачи информации дает возможность общающему влиять на уровень ее восприятия в обществе. Так, по способу предоставления материала Г. Шиллер различает два режима манипулирования: режим фрагментации и режим немедленного представления информации.

Литература:

1. Аргунова А.А. Влияние СМИ на формирование ценностных ориентаций молодежи // Перспектива - 2018: Материалы междунар. науч. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов. - Нальчик, 2018. - Т. 4. – 147 с.
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. - М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2017. – 832 с.
3. Васильев В.В. Мифологизация массового сознания – к вопросу о философии и методологии исследования проблемы // Историческая социально-образовательная мысль. – СПб.: Питер, 2019. С. 25—36.
4. Мипман. У. Общественное мнение. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2018. 384 с.

РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Сидорова А.А.,

студент 2 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Анализ стереотипичного поведения и мышления целевой аудитории крайне важен, поскольку, исходя из него мы можем определить основные стереотипы для использования их в рамках PR и рекламных кампаний. Тем самым, будет намного проще избежать ошибок, которые могут привести к снижению репутации бренда и прежнего доверия среди покупателей. Также не стоит забывать о том, что спустя время стереотипы могут видоизменяться, а бывшие в обиходе образы приобретать совершенно иное значение, тем самым обозначается важным отслеживание в информационном пространстве основных трендов рынка.

Ключевые слова: стереотипы, реклама, связи с общественностью.

THE ROLE OF STEREOTYPES IN PUBLIC RELATIONS

Sidorova A.A.,

2nd year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tkalic M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

An analysis of the stereotypical behavior and thinking of the target audience is extremely important, because, based on it, we can determine the main stereotypes for use in PR and advertising campaigns. Thus, it will be much easier to avoid mistakes that can lead to a decrease in brand reputation and former trust among buyers. Also, do not forget that after a while the stereotypes can change, and the images used in everyday life can acquire a completely different meaning, thus it is important to keep track of the main market trends in the information space.

Keywords: stereotypes, advertising, public relation.

Важность стереотипов в обществе имеет вполне обоснованный характер: благодаря стереотипам мы можем не углубляться в какую-либо тему, опираясь на уже устоявшееся мнение большинства. Немногие люди будут проводить собственный глубокий анализ какой-либо

темы, большая же часть людей сделают свои выводы, оперируя к той информации, которая распространена в обществе [3]. В целом, стереотипы с точки зрения коммуникации можно разделить на три большие группы: рекламные, потребительские и маркетинговые [4].

Рекламные стереотипы напрямую связаны с образами и ассоциациями разной продукции. К примеру, в рекламе дорогих часов мы можем увидеть мужчину в строгом костюме, вызывающий ассоциации с человеком, который преуспевает в работе, занимает высокую должность, тем самым потребители пытаются копировать данный ассоциативный образ человека, который в их глазах является образцом успеха.

Ко второй группе относят потребительские стереотипы, представляющие собой устоявшиеся мнения и предрассудки потребителей о характеристиках товара/услуги. Третья группа маркетинговых стереотипов представляет собой мнение производителей товаров/услуг о самих себе, конкуренции на рынке, и о своем товаре.

Огромную роль в успехе компании играет механизм PR, который должен сформировать нужное мнение общества о товаре/услуге и наладить прочный коммуникационный канал с потребителем. Задача PR заключается в том, чтобы создать максимально прекрасный образ товару/услуге и получить доверие целевой аудитории. Очень важно не забывать и учитывать стереотипы, бытующие в обществе. Большинство людей любит уже проверенные товары или услуги, поскольку популярно мнение о том, что всё старое – делалось «на века», а новое ассоциируется с чем-то ненадёжным. Поэтому, зачастую, возникают трудности внедрения на рынок чего-то нового, тем самым, необходимо потратить много усилий, чтобы заслужить доверие общества к своему товару. Новую информацию лучше преподносить аудитории, перемежая ее с чем-то привычным, чтобы вызвать понимание, а в след этому и доверие. Также, верным было бы решение предоставлять людям пробные версии товара/услуги, чтобы они не только оценили преимущества данного товара/услуги, но и делились положительными отзывами с окружающими, создавая пользовательский контент. Спустя какое-то время о товаре/услуге может сложиться какое-то мнение, что позже перерастёт в стереотип.

Стереотипы могут вызывать как положительный, так и отрицательный эффект. Важно помнить, что отрицательные моменты всегда запоминаются гораздо лучше и остаются в памяти на более длительное время. Поэтому важно осознавать все возможные риски.

К плюсам стереотипов можно отнести: убедительность (с помощью стереотипов легко убедить человека в том, что после приобретения

товара его жизнь изменится в лучшую сторону), воспроизводимость (следование общим стандартам, привычным для человека, н-р, во внешности, поведении и т.д.), пародийность (юмор и преувеличения, зачастую, нравятся людям), простота и наглядность (стереотипы играют большую роль в жизни каждого человека, не потребуется сильно задумываться над контекстом). Но у стереотипов также есть ряд минусов, а именно: плохое запоминание рекламы со стереотипами (стереотипы стали повседневностью – их не запоминают) и примитивность (простота не всегда вызывает доверие у аудитории) [1].

Стереотипы обычно выражаются в характере героя (н-р, лиса отображает хитрость), в привычном для аудитории реквизите (если это школьник, то он обязательно будет с рюкзаком, в школьной форме), в обстановке вокруг героя (если это ферма, значит на фоне будут животные) [2].

Часто используются такие приёмы, как «Образы-идеалы», «Жизнь-смерть», «Свой-чужой», «Дорого-дешево», стереотип «Значимости», «Эмоции» а также пословицы и поговорки. Сейчас мы рассмотрим, как работает каждый из представленных приёмов.

1. «Образы-идеалы». Каждый из нас слышал о том, что есть определённые параметры красоты, именно поэтому в рекламе чаще всего принимают участие модели и актёры. Человек хочет соответствовать стандартам, именно поэтому у девушек складывается впечатление того, что при покупке, духов, которые рекламирует Скарлетт Йоханссон, она станет похожей на неё, приблизится к идеалу.

2. «Жизнь-смерть». Люди боятся смерти, поэтому любая ассоциация с жизнью у них вызывает доверие, к примеру, приставка «эко», является бестселлером на данный момент. Так как экология тесно связана со здоровой, счастливой и долгой жизнью, именно поэтому, человек отдаст предпочтение продукту, на упаковке которого указана информация о том, что он экологически чистый.

3. «Свой-чужой». Человеку симпатизируют похожие на него люди, к примеру, Хрущёв, посещавший США, вызвал фурор среди жителей Америки, поскольку он выглядел как обычный человек, одетый в простую одежду, выражающийся привычно для обычного населения. Он казался более приземлённым, чем Американские политические деятели того времени, таким образом он завоевал сердца людей и их доверие. В данном примере также есть место гендерным стереотипам. Казалось бы, бутерброды может сделать как женщина, так и мужчина, но в колбасных изделиях «Останкино» имеют большую популярность то-

вары с кричащим слоганом «Папа может». Вызвано это тем, что стереотип о том, что готовить могут только женщины, был разрушен, представители мужского пола, видящие «своего» в рекламе, отдадут предпочтение именно этому бренду.

4. «Дорого-дёшево». Все привыкли к такому мнению, что дорого означает качественно. Допустим, покупка новой мебели всегда сопровождается большими затратами, но «ИКЕА» ломает стереотипы и утверждает, что хорошая мебель может быть недорогой. На самом же деле цены там не всегда самые низкие на рынке, но люди скорее отдадут предпочтение швейцарскому магазину с хорошим имиджем, чем какому-либо другому мебельному магазину. «ИКЕА» заставила людей принять тот факт, что качество – не всегда дорого, тем самым, вызвав фурор у аудитории. «Prada» славится хорошими сумками, но при этом, многие люди сходятся во мнении о том, что можно купить качественную сумку и за более низкую стоимость, считая переплату за бренд глупостью.

5. Стереотип «Значимости». С малых лет нам объясняют, что счастье заключается в социальном статусе, а чтобы занять «место под солнцем» необходимо обладать рядом качеств, таких как: состоятельность, красота, уверенность и т.д. Безусловно, каждый хотел бы быть значимым, поэтому часто встречаются товары и бренды, позиционирующие себя доступными только для успешных людей. К примеру, продукция бренда Apple считается предназначенной для высших слоёв общества, а люди копят деньги, берут кредиты и рассрочки для того, чтобы приобрести флагман и приблизиться к статусу успешного человека.

6. «Эмоции». Именно с эмоциями мы встречаемся каждый день, поэтому, при виде улыбки на лице мы понимаем, что человек доволен, а когда видим приподнятые брови и широко раскрытые глаза, то нам становится ясно, что перед нами удивление. С помощью эмоций проще всего передать настроение и отношение к рекламируемому продукту или услуге.

7. Пословицы и поговорки. В рамках российского рынка принято считать, что пословицы и поговорки обладают народной мудростью, слыша их, люди сразу же понимают их общий смысл. Но часто привычные для всех слова модифицируют для того, чтобы аудитория проводила свою аналогию, ассоциацию с чем-то. Пословицы могут использоваться для слоганов брендов, например: «Мал бюджет, да дорог», «Квас всему голова» и т.д.

В заключении хочется отметить, что анализ стереотипичного поведения и мышления целевой аудитории крайне важен, поскольку, исходя из него мы можем определить основные стереотипы для использования их в рамках PR и рекламных кампаний. Тем самым, будет намного проще избежать ошибок, которые могут привести к снижению репутации бренда и прежнего доверия среди покупателей. Также не стоит забывать о том, что спустя время стереотипы могут видоизменяться, а бывшие в обиходе образы приобретать совершенно иное значение, тем самым обозначается важным отслеживание в информационном пространстве основных трендов рынка.

Литература:

1. Меренков, А.В. Социология стереотипов // Екатеринбург: изд-во Урал.ун-та, 2001, – С. 11.
2. Юнг, К.Г. Психология бессознательного // М., 1994. – С. 45.
3. Ученова, В.В. Философия рекламы // М.: Гелла-принт, 2003. – С. 55.
4. Мамыкина, О.Н. Стереотип в области исследования рекламы // ОНВ. 2006. №10 (49). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotip-v-oblasti-issledovaniya-reklamy> (дата обращения: 10.12.2022).

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КАМПАНИИ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ШОУ-БИЗНЕСА

Зутикова В. А.,

студент 2 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В последнее время можно назвать более динамичным рынок шоу-бизнеса, как с точки зрения внешних явлений, так и с точки зрения взаимоотношений между субъектами рынка. Рынок шоу-бизнеса развивается быстро и динамично, он не стоит на месте. Основными явлениями, возникающими в системе мероприятий по распространению товара на рынке или формировании спроса и стимулировании сбыта, являются реклама, личные продажи, и, конечно же, Public Relations.

Ключевые слова: PR-деятельность, организация PR-кампаний, проведение кампаний по связям с общественностью, этапы кампании в сфере связей с общественностью.

FEATURES OF CARRYING OUT A PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN IN THE SPHERE OF SHOW BUSINESS

Zutikova V. A.,

2nd year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tkalich M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Recently, the show business market can be called more dynamic, both in terms of external phenomena and in terms of relationships between market entities. The show business market is developing rapidly and dynamically, it does not stand still. The main phenomena that arise in the system of activities for the distribution of goods on the market or the formation of demand and sales promotion are advertising, personal selling, and, of course, Public Relations.

Keywords: PR activities, organization of PR campaigns, public relations campaigns, stages of a public relations campaign.

PR-деятельность в широком смысле - это сочетание использования PR-инструментов. Цель PR-деятельности полностью зависит от

плана действий, который является основой управления репутацией организации. Если говорить о шоу-бизнесе, то можно смело сказать, что именно PR-деятельность связана с формированием узнаваемости артиста. Именно от медийного лица во многом зависит отношение потребителя и других компаний к организации.

Деятельность Public Relations осуществляется в соответствии с основными принципами, которые включают в себя следующие аспекты:

1. Обеспечение взаимовыгодных отношений между организацией и обществом.

2. Обращение внимание на общественное мнение при построении PR-стратегии, а в последствии и в проведение PR-компаний.

3. Честность при работе со СМИ.

4. Общение осуществляется до тех пор, пока не будет достигнуто взаимовыгодное сотрудничество.

5. Своевременное разрешение кризисных ситуаций.

6. Правдивость повышает доверие общественности [1].

PR-инструменты в шоу-бизнесе - это различные технологии, позволяющие наладить коммуникацию между целевой аудиторией и компаниями. PR-технологии в шоу-бизнесе используются для завоевания новых и расширения существующих коммерческих позиций на рынке.

Шоу-бизнес - это компании и организации, деятельность которых специализируется на индустрии развлечений, то есть на создание развлекательного контента. Компании, осуществляющие коммерческую деятельность, занимаются распространением видео- и аудиопродукции, распространение информации осуществляется через телевидение, музыку, радио, кино, театр и многие другие носители.

К основным PR-инструментам, именно в сфере шоу-бизнеса относятся: Интернет, кино, даже сарафанное радио, использование печати, выпуск сообщений для прессы, проведение различного рода конференций и осуществления интервью разных видов, например, структурированное, ситуационное, проектное и т.д.[2]

Шоу-бизнес естественно связан с такой сферой, как культура, поэтому осуществление многих мероприятий по связям с общественностью несколько отличается. В первую очередь необходимо сказать, что большая часть информации в шоу-бизнесе передается словесно, то есть из уст в уста, поэтому действия компании должны быть зрелищными, эффектными и, конечно же, подлежать сторителлингу. Мир шоу-бизнеса построен на интригах и постоянных обсуждениях, поэтому возможность пересказа информации имеет очень большое значение.

Влияние PR-технологий основано на социологическом опросе, который определяет интересы, а также потребности различных групп населения. PR-инструменты призваны создать соответствующий имидж медийному лицу. Созданный имидж должен соответствовать интересам и потребностям компании.

Вообще PR-деятельность в шоу-бизнесе в России сегодня - это, в первую очередь, создание положительной репутации, ориентированной на конкретную ЦА, как уже говорилось ранее. В этом случае Public Relations рассматриваются как особая отлаженная система создания лица компании. Эта система имеет влияние на общественное мнение и сознание. Она может управлять ими, устанавливая при этом прочные взаимоотношения между человеком или целой группой людей и компаниями шоу-бизнеса, также связь устанавливается между общественностью и средствами массовой информации. Такая система способна продвинуть личность, услуги или компании, если говорить про личность, то сам человек может является так называемым брендом, компанией.

Обратите внимание, что для подготовки любого мероприятия, направленного на проведение PR-компания, организаторы используют определенные технологии, которые призваны решить стоящие перед командой.

Нужно понимать, что технологии связей с общественностью всегда должны подразумевать творческую инициативу, а также права и свободы участников связи использовать психологические механизмы, которые присуще шоу-бизнесу, именно импровизация, конкуренция и разнообразие. В шесть этапов осуществляется деятельность PR-специалистов в сфере шоу-бизнеса для проведения PR-компания:

- 1) Рассмотрение решений об осуществлении PR-мероприятий;
- 2) Планирование PR-компания;
- 3) Подготовка к проведению мероприятий;
- 4) Само осуществление компания по связям с общественностью;
- 5) Анализ проделанной работы, то есть ее результатов;
- 6) Мониторинг результатов.

Безусловно, следует сказать, что в мире шоу-бизнесе популярная личность зачастую стоит во главе компания. Она ведет открытую и активную социальную жизнь, за которой наблюдает миллионная публика. Сделано это для того, чтобы повысить доверие аудитории к организации, услуге или товару. Чаще всего медийная личность не имеет к компании никакого отношения, то есть не эта личность владеет этой организацией, а даже наоборот организация владеет лицом медийной пер-

соны. Эта характеристика связана с открытостью, ведь именно открытость к целевой аудитории гарантирует высокий уровень доверия. Она вовлекает новые сегменты рыночных отношений. Эти люди в меньшей степени заинтересованы в творчестве публичного человека. Они заинтересованы в его образе, жизненной позиции, в том какой образ жизни человек принимает и продвигает, в его философии и политике, которую он несет в массы. Несмотря на то, что такая часть целевой аудитории не приносит прибыли, она повышает узнаваемость бренда, тем самым помогая достичь цели связей с общественностью.

Деятельность по связям с общественностью в шоу-бизнесе отличается еще и то, что она состоит из высокой степени взаимодействия со средствами массовой информации, а также участия в различных мероприятиях, преимущественно развлекательного характера. СМИ являются одним из основных инструментов манипулирования общественным сознанием, поэтому активно используются шоу-бизнесом в своих целях [3]. Ими можно прививать ценности, вкусы и нормы поведения, соответственно, с помощью информации, публикуемой в периодических изданиях, можно корректировать общественное мнение. Информация играет огромную роль в любой PR-деятельности, управление потоком коммуникаций – один из инструментов PR в шоу-бизнесе.

Особенности PR-деятельности в шоу-бизнесе включают:

1. Распространение основного объема информации посредством устной речи.
2. Развлекательные и возмутительные действия компании.
3. Чрезвычайно высокая степень медийного взаимодействия со СМИ.
4. Взаимодействие с целевой аудиторией с учетом ее особенностей.

Изучение PR-технологий, которые пользуются большой популярностью в шоу-бизнесе, показало, что печатные материалы, сообщения в прессе, PR-мероприятия, интервью и репортажи, ведение блогов и спонсорская деятельность в основном используются для продвижения компаний в сфере шоу-бизнеса [4].

Литература:

1. Лукиева Е.Б. Теория и практика связей с общественностью. Часть I. Основы PR: Учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2018.
2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. практ. пособие. – М., 2019.
3. Селиванюк А.Р. Шоу-бизнес и связи с общественностью. – Спб., 2019. – С. 101-107.
4. Колиберда Е.Г. Связи с общественностью. – М.: Логос, 2020. – 157 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТАЯ ПРОДУКЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Хваткова А.А.,

студент 4 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Лапшинова К.В.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и
социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Экологически чистый продукт – продукт, который, по гарантии его производителей, не причиняет ни малейшего вреда окружающей среде; это главным образом относится к новым изделиям или химическим соединениям, выпуск которых был начат с целью заменить прежние, "экологически грязные" изделия. Экологический продукт питания должен быть изготовлен из натурального сырья по современной технологии, обеспечивать минимальное попадание в продукт других веществ, не должен содержать посторонних включений, должен быть получен без применения минеральных удобрений, пестицидов и при отсутствии техногенных воздействий.

Ключевые слова: экологически чистый продукт, экопродукт, органическое производство, натуральный.

ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS ON THE RUSSIAN MARKET

Khvatkova A.A.,

4th year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Lapshinova K.V.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and
Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

An environmentally friendly product - is a product that, according to the assurances of its manufacturers, will not cause damage to the environment; this especially applies to new products or chemical compounds, the production of which was started in order to replace the previous, "environmentally dirty" products. An ecological food product must be made from natural raw materials using modern technology, ensure minimal ingress of other substances into the product, must not contain foreign inclusions, must be obtained without the use of mineral fertilizers, pesticides and in the absence of man-made influences.

Keywords: eco-friendly product, eco-product, organic production, natural.

Понятие «organic» появилось в 20-х годах XIX века сразу в двух странах Западной Европы: в Швейцарии и Великобритании. В данный период большинство крестьян Альбиона вынесли решение отказаться от ведения интенсивного аграрного хозяйства, то есть сельского хозяйства с внедрением огромного количества химических удобрений, во благо естественных и проверенных веками способов возделывания земель. С течением времени, движение экологически чистого хозяйства приобрело столько последователей, что в конце 40-х годов в Великобритании была создана организация «Soil Association» – первая в мире организация, сертифицирующая продукты питания как экологически чистые [4].

Кроме того, в Швейцарии в 1924 году Рудольф Штайнер предположил теорию, согласно которой крестьянское хозяйство – это живой организм, на который оказывают влияние как материальные, так и нематериальные силы. Эта теория Штайнера была названа «биодинамической». На основе данной теории в 1954 была образована компания «Demeter», которая стала производить пищевые продукты в соответствии с требованиями бережного отношения к окружающей среде и здоровью человека [5].

Что же касается России, то в 1989 году была запущена всесоюзная программа «Альтернативное сельское хозяйство», где понятие экологически чистых продуктов прозвучало впервые. Российский рынок не был готов к таким изменениям, и, к сожалению, в 1991 году движение за производство зеленых продуктов прекратилось. Несколькою годами позднее, в 1994 году была предпринята попытка выйти с экологически чистой продукцией на рынки зарубежных стран. И эта попытка увенчалась успехом, поскольку был открыт экспорт сертифицированной гречихи [1].

Экологически чистый продукт – продукт, который, по гарантии его производителей, не причиняет ни малейшего вреда окружающей среде; это главным образом относится к новым изделиям или химическим соединениям, выпуск которых был начат с целью заменить прежние, "экологически грязные" изделия. Экологический продукт питания должен быть изготовлен из натурального сырья по современной технологии, обеспечивать минимальное попадание в продукт других веществ, не должен содержать посторонних включений, должен быть получен без применения минеральных удобрений, пестицидов и при отсутствии техногенных воздействий. С пищей в организм человека попадает 70–90% всех потенциально вредных веществ. В связи с этим идея экологически чистых продуктов родилась как определенная антикультура, протест против загрязнения природы [4].

Рассмотрим основные задачи, необходимые для производства экологически чистых продуктов [3]:

- 1) Предоставить потребителям свежую, безвредную, здоровую и натуральную пищу, которая насыщена витаминами и полезными веществами;
- 2) Защитить и сохранить чистоту окружающей среды, а также сократить влияние производственных факторов на природу;
- 3) Улучшить генетическое разнообразие;
- 4) Обеспечить производство продукции с минимально возможным потреблением природных ресурсов.

Международная федерация движений экологического сельского хозяйства (IFOAM) выделяет 4 принципа, на которых основано экологически чистое производство [7]:

1. Принципы экологии. Органическое сельское хозяйство должно основываться на принципах существования природных экосистем и циклов, функционирования в них, сосуществования с ними и поддержки их. Этот принцип продвигает органическое сельское хозяйство как естественное сельское хозяйство, действующее в живой экосистеме. Данный принцип утверждает, что производство основано на экологических процессах и вторичной переработке. Здоровое питание и благополучие человека и окружающей его среды достигаются за счет экологизации производственной среды.

2. Принципы здоровья. Органическое сельское хозяйство призвано поддерживать и улучшать состояние почвы, растений, животных, людей и планеты как единого, неделимого целого. Этот принцип показывает, что здоровье отдельного человека и общества не может существовать отдельно от здоровья экосистемы - здоровое растение - это здоровое растение, которое поддерживает здоровье животных и людей.

3. Принцип справедливости. Органическое земледелие должно основываться на охране окружающей среды и справедливом обращении с организмами. Справедливость - это принцип объективности, уважения, соблюдения законов и обязанностей, которые являются общими и понятными для всех живущих на Земле, как в отношениях между людьми, так и другими живыми существами. Этот принцип гарантирует, что все лица, участвующие в органическом земледелии, придерживаются человеческих отношений и обеспечивают справедливость на всех уровнях и для всех сторон, вовлеченных в производственный процесс.

4. Принцип сострадания. Управление органическим сельским хозяйством должно осуществляться с полной ответственностью, в каче-

стве меры предосторожности, для защиты здоровья и благополучия нынешнего и будущих поколений, а также окружающей среды. Органическое земледелие - это живая и динамичная система, которая реагирует на внутренние и внешние ситуации. Из-за недостатка знаний о природе экосистемы следует уделить особое внимание при внедрении сельского хозяйства.

Дают возможность активно развивать и совершенствовать безвредное сельское хозяйство – это наличие значительных запасов земель на территории России, а также внедрение экологических систем и разнообразие флоры и фауны. С каждым днем в течение многих лет стремительно увеличивается доля потребителей органических продуктов, а также стабильно растет спрос на «зеленую» продукцию. В проведенном мною исследовании объем выборки составил 101 респондентов. Исследование показало, что наиболее важные качества, которые присуще экологически чистым продуктам для респондентов это те продукты, которые не содержат в своем составе генетически модифицированных организмов, синтетических консервантов, искусственных усилителей вкуса, красителей и ароматизаторов (84,2%). Следующим важным качеством, по мнению респондентов, является то, что используемое в процессе производства экопродуктов сырье выращивается без применения гормонов, антибиотиков, искусственных удобрений, ядохимикатов и пестицидов (62,4%). 23,8% опрошенных считают наиболее важным качеством - высокое содержание витаминов и микроэлементов, кроме того, 5,9% участников опроса утверждают, что самым важным качеством экопродукции является улучшенный вкус, приятный аромат, сочность и аппетитность (вкус экологически чистой еды не имеет химических примесей) [6].

По результатам исследования, в первую очередь экологически чистые продукты должны содержаться в продуктах питания по мнению практически всех респондентов (97%), следующую категорию «детские товары» выбрало подавляющее множество опрошенных (76,2%), третьей по значимости категорией респонденты определили косметику (47,5%). Почти четверть респондентов считают, что в бытовой химии должны быть экологичные товары в первую очередь. По категориям «товары для строительства и ремонта» и «одежда и обувь» проголосовали одинаковое количество опрошенных (13,9%) [6].

По в ходе исследования было выявлено что, слишком высокая цена является основным фактором, препятствующим выбору экологических товаров в пользу обычных. При наценке в 10% от стоимости обычных товаров половина респондентов готовы покупать экологически безопасные товары, когда наценка на экотовар составит 20% - всего 19,2%

респондентов. Кроме того, если наценка будет в пределах 30% - 6,1% опрошенных будут готовы приобрести экологически чистый товар. Помимо всего прочего, только 4% опрошенных согласны приобрести био-товар с наценкой в 50% от стоимости аналогичного непроверенного товара. Экологически чистые продукты являются более дорогими по сравнению с альтернативными непроверенными продуктами. При принятии выбора, во многих случаях, потребители обращают внимания на высокий уровень цены товара[6].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать, что в последнее время общество стало задумываться и уделять большое внимание экологическим темам и проблемам. Качество продуктов питания является основной проблемой во всех странах мира. В зарубежных государствах на протяжении последних десятилетий увеличивается фактор производства и потребления экологически чистых продуктов питания, под которыми следует понимать те продукты, которые выращены на чистой территории без дополнительного применения минеральных удобрений, пестицидов и других техногенных воздействий, или это продукты, полученные из натурального сырья по современной технологии, обеспечивающей минимальное попадание в продукт других веществ, не свойственных их естественному составу.

Безопасность и качество продовольственных продуктов является необходимой частью человеческого существования, благополучия и здоровой образа жизни. Развитие экологичного производства и проявление особого внимания к защите природы и окружающей среды, позволит расширить и умножить природные богатства. А также предотвратить долгосрочные негативные последствия для здоровья человека, включая раковые заболевания и нарушение репродуктивной функции.

Литература:

1. Горшков Д.В. Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный опыт и перспективы России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012- № 6, 94 с.
2. Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс и др. Толковый словарь. – М.: ИНФРА-М, 1998 – 156 с.
3. Дворникова Е. Зеленая философия. Обзор российского рынка экологически чистых продуктов питания //Russian food & drinks market magazine. - 2019 - №4. С. 1-2.
4. Локерец, Уильям. Органическое сельское хозяйство: международная история. КАБИ. п., - 2018 - 189 с.
5. Полл, Джон. Ассоциация живой почвы: новаторское органическое земледелие и инновационная социальная интеграция. Журнал органических систем. 2009г С 15–33

6. Экологически чистые продукты на российском рынке. Интернет-опрос [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://docs.google.com/forms/d/1RO6XvQeWqXU4I-Gx3FthoRzkaPSkKZcf4ozNFPWDw_g/edit (дата обращения: 09.12.22)
7. Principles of Organic Agriculture – IFOAM [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/2020-03/poa_english_web.pdf (дата обращения 08.12.22).

ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Коваленко И. А.,

студент факультета информационных технологий и анализа больших данных

ФГБОУ ВО Финансовый университет при правительстве Российской Федерации», Москва, Россия

Настоящая статья посвящена проблеме использования криптографических методов защиты информации при изучении социальных процессов.

Автор отмечает, что современное цифровое общество невозможно представить без активного использования метрик. Информация для метрического общества обретает новую ценность, которая, возможно, в будущем сможет даже заменить любой денежный эквивалент. В результате столь активного использования данных можно наблюдать серьезное изменение в обществе – зависимость от чисел. Чтобы не утонуть в столь колоссальном количестве цифровых данных, общество прибегает к метрике, к разного рода селф-трекингам. Происходит определенное производство новых идеалов общества, где каждый оценивается конкретными параметрами, цифра является объективным показателем для индивидов.

В статье делается вывод, что, у современного человека нет возможности, полностью контролировать информацию о себе. Даже в заблокированном состоянии телефон считывает информацию с микрофона и камеры. Никто не может точно сказать, что, где и в каких масштабах записывается и куда отправляется эта информация и уж тем более, насколько защищены каналы передачи данных, через которые эта информация отправляется. Единственное, что остается человеку делать в такой ситуации, – это быть избирательным в выборе сайтов или приложений, где он вводит свои персональные данные.

Ключевые слова: криптография, защита информации, метрики, метрическое общество, датификация.

THE PROBLEM OF USING CRYPTOGRAPHIC METHODS OF INFORMATION PROTECTION IN THE STUDY OF SOCIAL PROCESSES

Kovalenko I. A.,

student of the Faculty of Information Technology and Big Data Analysis
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
Russia

This article is devoted to the problem of using cryptographic methods of information protection in the study of social processes.

The author notes that it is impossible to imagine a modern digital society without the active use of metrics. Information for the metric society acquires a new value, which may even replace any monetary equivalent in the future. As a result of such an active use of data, one can observe a serious change in society – dependence on numbers. In order not to drown in such a huge amount of digital data, society resorts to metrics, to various kinds of self-tracking. There is a certain production of new ideals of society, where everyone is evaluated by specific parameters, the figure is an objective indicator for individuals.

The article concludes that a modern person does not have the opportunity to fully control information about himself. Even when locked, the phone reads information from the microphone and camera. No one can say exactly what, where and to what extent this information is recorded and sent to, and even more so, how secure the data transmission channels through which this information is sent. The only thing left for a person to do in such a situation is to be selective in choosing sites or applications where he enters his personal data.

Key words: *cryptography, information security, metrics, metric society, datification.*

В современном обществе криптографические методы защиты информации используются повсеместно. Обычный человек их даже не замечает, ведь коды, заложенные в разные типы шифрования данных, совершенно не прозрачны и скрыты от пользователей. Например, при использовании индивидом различного рода мессенджеров каждое сообщение шифруется перед отправки адресанту, чтобы защитить данную информацию. Это один из примеров, которые наблюдаются везде.

Раскроем чуть глубже алгоритм шифрования. При нажатии на кнопку «отправить» сообщение отправляется на сервер, откуда его уже получает адресат. Для того, чтобы прочитать сообщение могли только индивид и адресат, используются криптографические методы шифрования:

- 1) Симметричное шифрование.
- 2) Ассиметричное шифрование.
- 3) Хэширование.

Симметричное шифрование подразумевает наличие одного (общего) ключа, с помощью которого как шифруют, так и расшифровывают информацию. В то время как в асимметричном шифровании используется два ключа открытый (для зашифровки) и закрытый (для расшифровки). Хэширование в корне отличается от предыдущих двух видов шифрования. Оно не подразумевает возможности расшифровки. Хэширование используется для сравнения данных. Если нужно проверить правильность пароля, пароль преобразуется в хэш-функцию и сравнивается с хэш-функцией, хранящейся на сервере, если совпадают, значит пароль корректный. Это необходимо для того, чтобы не хранить пароль на сервере, иначе его можно украсть.

Однако никто не гарантирует конфиденциальность данных при отправке сообщений через какие-то малоизвестные мессенджеры. Сегодня особенно часто появляются новости об очередной утечке данных пользователей, что может привести к серьезным последствиям. И это влечет за собой более глобальные изменения в обществе. Особенно важно отметить, что общество хорошо осведомлено о данных утечках, однако люди продолжают выкладывать свои данные без особой проверки сайта или приложения, скаченного на телефон. Здесь наблюдается яркий пример парадокса приватности, при котором человек больше волнуется о том, что узнает о нем его ближайший круг общения, при этом отдает свои данные крупным корпорациям через скаченные приложения [3]. При изучении применения криптографических методов шифрования данных нужно учесть и новый контекст, в котором живет современный человек. Пожалуй, стоит в целом отметить влияние цифр и столь высокое доверие к ним. Это порождает новые вызовы, создавая метрическое общество – теория Ш. Мау [4].

Современное цифровое общество невозможно представить без активного использования **метрик**. Это количественные оценки, используемые для целеполагания, контроля, сопоставления и выбора в отношении индивида, организации, события и процесса [1]. Причем важно обратить внимание на то, почему и как метрики стали столь необходимым элементом формирования общества сегодня. И в случае использования метрик можно также наблюдать использование криптографических методов шифрования. Люди окружены шифрами, цифрами и данными.

С развитием технологий и интегрированием их в повседневную жизнь начали формироваться новые паттерны поведения и социальные практики. Речь идет именно об «измерении» социального пространства – квантификации социального. Еще П. Сорокин разделял простран-

ства на социальное (роль, положение в обществе) и геометрическое (физическое нахождение индивида в пространстве). Для изучения метрического общества это – важное уточнение, так как речь идет о цифровом обществе, где главное мерило – это информация, которая фиксируется, анализируется и сравнивается.

С точки зрения социологии, сегодня общество пришло к тому, что оно «пишет историю само о себе», оставляет постоянно след, причем важно отметить, что данная информация зашифрована во многих случаях. Возникло бесчисленное накопление данных, которое, в свою очередь, также влияет на создание новых форм поведения. Это сформировало новое направление в цифровизации – датификация. Н. Коулдри и У. Мехиас отмечают, что датификация объединяет в себе два процесса: преобразование человеческой жизни в данные посредством их количественной оценки (квантификации), а также преобразование этих **данных в различные виды ценности** [5]. В контексте обсуждения формирования метрического общества нужно учитывать обе стороны анализа. Многие ученые пишут о «передельывании» культурных элементов под влиянием развития датификации, а также о том, что цифры и измерение действительно сегодня постоянно влияют на индивида, заполняя все сферы жизни.

В результате столь активного использования данных можно наблюдать серьезное изменение в обществе – зависимость от чисел. Можно даже предположить, что цифры уже давно управляют нами. Чтобы не утонуть в столь колоссальном количестве цифровых данных, общество прибегает к метрике, к разного рода селф-трекингам [2]. Тем самым происходит определенное производство новых идеалов общества, где каждый оценивается конкретными параметрами. Так как цифра является объективным показателем для индивидов (причем показателем, доступным другим индивидам), каждый старается показать себя с лучшей стороны, выкладывая данные, которые, в свою очередь, можно украсть или купить. Таким образом, общество формирует новую для всех реальность, которая состоит порой из недостижимых целей.

Информация для метрического общества обретает новую ценность, которая, возможно, в будущем сможет даже заменить любой денежный эквивалент (о чем часто задумываются представители экономической социологии). В цифровом обществе все необходимые сферы могут подстроить людей под определенные потребности, ценности. Сделать это гораздо проще именно благодаря накопленным данным (датификации). Таким образом, метрическое общество, в котором каждый выкладывает свои данные в сеть, позволяет управлять самим же собой.

Несмотря на ускоренные темпы развития защиты данных, нынешние криптографические методы не способны устранять абсолютно все утечки. Так как в основном утечки происходят из-за человеческого фактора. Люди могут специально сливать огромные массивы информации, потому что часто это более выгодно, нежели получать низкую зарплату. Конечно, не все утечки происходят из-за человеческого фактора. Бывают утечки из-за уязвимостей в программном обеспечении. Криптографические методы защиты информации обычно не взламывают, так как ресурсы, требующиеся для взлома, сильно превышают потенциальную выгоду от этого, а иногда и вовсе невозможны так как требуют огромных вычислительных мощностей.

Данная ситуация является лишь примером. На практике область применения криптографических методов защиты информации гораздо обширнее (данные на вашем жёстком диске, оборудование умного дома, банковская карта и так далее). Их основная задача делать информацию доступной лишь для того, кому она адресована, другими словами, обеспечивать конфиденциальность этой информации.

Однако, не всегда все так однозначно. Существуют международные стандарты, в которых прилагаются алгоритмы шифрования, которые нужно использовать для внедрения в криптографические средства защиты информации.

Так, в одном из таких стандартов использовался генератор псевдослучайных чисел (DUAL_EC_DRGB), была выявлена лазейка, делающая возможным расшифровку информации. Такая возможность была только у создателей этого генератора, так как лишь они знали изначальные параметры внутреннего состояния генератора. Эти знания позволяли вычислять все предыдущие состояния этого генератора. Простыми словами, это как если человек знает, какое число выпало на кубике сейчас, он мог бы вычислить результат всех предыдущих и будущих бросков.

Международный стандарт просуществовал с этой уязвимостью почти десять лет (с 2006 по 2015). Это наглядный пример того, что криптографические методы защиты информации не идеальны, помимо того, что они не прозрачны.

Все, что происходит в жизни человека, организации или даже государства – это информация. Если злоумышленник будет обладать нужной информацией в нужное время, он сможет ей воспользоваться для получения выгоды (материальной, имиджевой или любой другой). Поэтому каждый человек понимает, что нужно стараться защищать информацию о себе.

Но мало кто представляет, насколько много информации о жизни человека сейчас собирается. В эпоху, когда люди все время держат в руках смартфоны, используют умные колонки, умные часы, умный дом, ежесекундно генерируются гигабайты информации. О том, что человек любит, во сколько обычно смотрит время, какую музыку слушает, с какой скоростью водит машину и так далее.

Самое безобидное, что может случиться в случае утечки этой информации – это таргетированная реклама. Таргетированная реклама – это высвечивание и показ рекламы продуктов, в которых уже заинтересован индивид. К примеру, если человек недавно смотрел цены на автомобили, то еще долгое время после этого ему будут высвечиваться рекламные баннеры с различными предложениями о купле-продаже автомобилей.

К сожалению, сегодня человек не может полностью контролировать информацию о себе. Даже в заблокированном состоянии телефон способен считывать информацию с микрофона и камеры. Никто не может точно сказать, что, где и в каких масштабах записывается, куда эта информация отправляется и уж тем более, насколько защищены каналы передачи данных, через которые эта информация отправляется.

Единственное, что остается человеку делать в такой ситуации, – это быть избирательным в выборе сайтов или приложений, где он вводит свои персональные данные. Важно всегда использовать современное и надежное программное обеспечение для защиты информации (антивирус). Регулярно обновлять версии приложений, так как если обнаруживается уязвимость, добросовестный разработчик старается как можно быстрее от нее избавиться и выпускает обновление. Помимо этого, человеку следует просто быть внимательным в Интернете, не переходить по подозрительным ссылкам.

Литература:

1. Вольчик В.В. Восхождение метрик // Terra Economicus. 2018. Т. 16. № 4. С. 8
2. Фомичев В. М. Характеристики алгоритма контроля целостности данных на основе аддитивных генераторов и s-боксов / В. М. Фомичев, А. М. Коренева, Т. Р. Набиев // Прикладная дискретная математика. Приложение. 2020. № 13. С. 62-66.
3. Hargittai E, Marwick A. "What Can I Really Do?" Explaining the Privacy Paradox with Online Apathy // International Journal of Communication. 2016. № 10. С. 3737-3757.
4. Mau S. The Metric Society On the Quantification of the Social. Cambridge, UK; Medford, MA: Policy Press, 2019. 200 p.
5. Mejias, U.A., Couldry, N. (2019). Datafication. Internet Policy Review, 8 (4). DOI: 10.14763/2019.4.1428

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В РЕКЛАМЕ С ПОЗИЦИИ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

Уманская Е.Д.,

студент 4 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Костыря С.С.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Для того чтобы разработать рекламный материал, необходимо знать гендерные особенности ее целевой аудитории, которые входят в демографические характеристики сегментирования, благодаря чему, при продвижении продукта, получить более эффективный результат. Для достижения нужного результата при проведении рекламной кампании выделяют такие цели, как: создание индивидуального образа компании или продукта, усиление позиции товара на рынке, а также увеличение сбыта товара или услуги. Для решения данных задач, практикой рекламы создано большое количество способов воздействия на клиентов и партнеров. Одним из таких способов эффективного воздействия, является разработка кампании на основе гендерной дифференциации ценностей населения.

Ключевые слова: гендерный стереотип, гендерные различия, гендерный образ, рекламная кампания.

FEATURES OF IMAGES OF MEN AND WOMEN IN ADVERTISING FROM THE PERSPECTIVE OF GENDER DIFFERENCES

Umanskaya E.D.,

4th year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Kostyrja S.S.,

PhD {Psychology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

In order to develop an advertising material, it is necessary to know the gender characteristics of its target audience, which are included in the demographic characteristics of segmentation, so that, when promoting a product, you can get a more effective result. To achieve the desired result during an advertising campaign, such goals are highlighted as: creating an individual image of a company or product, strengthening the position of a product on the market, as well as increasing the sale of a product or service. To solve these problems, the practice

of advertising has created a large number of ways to influence customers and partners. One of such ways of effective impact is the development of a campaign based on the gender differentiation of the values of the population.

Keywords: *gender stereotype, gender differences, gender image, advertising campaign.*

Гендерные стереотипы в сфере рекламы зародились наряду с самой рекламной деятельностью. Испокон веков, в разных сферах жизни общества есть традиционно женские и традиционно мужские социальные роли и образы (стереотипы). Так, на протяжении многих веков женщине нужно было быть матерью и воспитывать детей, вести домашнее хозяйство, а мужчине – быть добытчиком, защитником и поддержкой для своей семьи.

Но, перед тем как углубиться в проблему, необходимо разобраться, что представляет собой гендер. Этимологически гендер (англ. gender, от лат. genus «род») это то же самое, что и пол. Однако в современных социальных науках понятие «гендер» обозначает социально сконструированные характеристики различий в поведении, менталитете и эмоциональных реакциях между мужчинами и женщинами. Названный термин «отражает не индивидуальную идентификацию и личностные характеристики, а социокультурные стереотипы маскулинности и феминности, половое разделение труда в социальных институтах и организациях» [1].

Для того чтобы разработать рекламный материал, необходимо разобраться в гендерных особенностях ее целевой аудитории, которые входят в демографические характеристики сегментирования, благодаря чему, при продвижении продукта, получить более эффективный результат [2]. Изучение гендерных образов также помогает проанализировать стереотипы, которые влияют на сознание потребителей и оказывают существенное влияние на их социальное поведение. Реклама информирует не только о товарах и услугах, но и о типах отношений в обществе.

По словам М. Фуко, предложения о товарах и услугах составляют «первичный дискурс» рекламы, а идеи об обществе, то есть существующие социальные или гендерные стереотипы, составляют ее «вторичный дискурс». Именно его вторичный дискурс отсылает потребителя к другим семантическим кодам. В первичном дискурсе может возникнуть вопрос, например, о том, сколько порошка стирает белье или как пахнут духи. А вторичный дискурс информирует о том, кто моется (должен мыться) порошком и кто должен покупать духи.

Гендерно-ролевые образы привлекательны тем, что образы людей и их отношений занимают значительные позиции в рекламной индустрии, что также связано и с чертой человека приписывать себя определенному полу.

Например, имиджевая реклама не просто предлагает купить вещь, она осуществляет передачу чувств, то есть того, что нельзя купить за деньги («Получи удовольствие, будь привлекательнее, стань успешнее и т.д.»). Оказывается, ключом к эффективной имиджевой рекламе является ее соблазнительная природа. Такая реклама не только обещает получить удовольствие одновременно с покупкой товара, но и формирует само желание. Поэтому наиболее важным в ней представляется создание необходимого объекта восприятия.

Исследователь А. Юрчак выделил два основных типа историй в имиджевой рекламе: романтические и семейные [3].

В романтических историях мужчина всегда занят делами, обычно это образы спортсмена, политика или бизнесмена. Благодаря своим превосходным качествам (интеллект, сила, ловкость) он выходит из любой схватки победителем. Женщина в таких роликах отсутствует, потому что «настоящая» женщина в это время занята прихорашиванием, ведь главный ценитель ее внешности - мужчина. Поэтому все устремления женщины направлены на то, чтобы привлечь к ней внимание и оценить ее усилия.

Во втором типе сюжетов, выделенном А. Юрчаком, деятельность женщин ограничивается семьей. Мужчина, в свою очередь, использует работу женщины в семье и проявляет свои мужские качества вне дома. В этих рекламных кампаниях женщины обсуждают продукт, соревнуются в его использовании и дают друг другу советы. Даже если мужской образ присутствует в таких рекламных историях, он обычно появляется в самом конце. Чаще всего человеку показывают нелепость, потому что он не знает преимуществ продукта, а также механизмов его использования.

Поэтому, независимо от того, какая история рассказывается, образ мужчины представлен как образ сильного и агрессивного лидера, который подчиняет других, в большинстве своем женщин, поскольку в роликах они показаны как слабые, самореализующиеся в детях или в домашних делах.

Большинство продуктов рекламируются на фоне красивых женщин, женских частей тела или вообще женских тел. Использование этих инструментов в имиджевой рекламе основано на особенностях психики, восприятия и воображения человека, так как он воспринимает визуально гораздо эффективнее. Из этого следует, что на потребителя влияет не только содержание рекламы, но и ее оболочка. В результате чего для мужчин женское тело в рекламе – это призыв к тому, что они должны делать: покупать, обладать. Женское тело довольно часто используется в рекламе автомобилей, алкогольных напитков, сигарет и т.д.

Из всего этого нельзя сделать вывод, что реклама ориентирована только на женщин, мужской образ по-прежнему используется, но реже, чем женский. Например, при просмотре рекламы можно заметить, что на протяжении всего видео девушка показана либо одна, либо с другими девушками. Ее образ полон и достаточен. Находиться рядом с мужчинами не обязательно, иногда это отталкивает. Образ мужчины без женщины пуст. Чтобы подчеркнуть свои достоинства, мужчину в рекламе окружает множество женщин. Чаще всего на видео они восхищаются им, и по степени их восхищения мы можем понять, насколько он привлекателен.

Скорее всего, это связано с тем, что реклама точно отражает большинство мнений об «идеальной» жизни, на которую многие люди хотят ориентироваться. Большинство женщин хотят быть самодостаточными (скорее всего, из-за того, что общество не позволяет им быть такими), в то время как мужчины хотят быть «популярными» у женщин и быть уважаемыми в лице других мужчин. Таким образом, реклама «продает» свой товар, лишь увеличивая в несколько раз любое желание.

Что касается мужских образов в товарах для мужчин, то их можно очень условно разделить на два направления:

- имиджевая реклама мужских товаров, направленная на женщин, которые купят этот товар для своего мужчины, сына, брата или порекомендуют им его купить. Тем самым, можно обозначить использование различных образов мужчины, в том числе женственные, часто более романтические.

- имиджевая реклама товаров для мужчин, направленная на самих мужчин, которые купят этот товар для себя. Здесь чаще используются мужские образы, образ «мачо», образы мужчин в сопровождении красивых женщин.

В итоге можно выделить женские образы, чаще других использованные в рекламных сообщениях:

- Домохозяйка – изображается, как правило, в рекламе бытовой техники, чистящих средств, кухонных принадлежностей и т.д.

- Красавица – красивая и аккуратная девушка / женщина – имиджевая реклама косметики, шампуней и т.д.

- Мать – это женщина, главная цель которой – заботиться о своих детях и муже-ребенке.

- Модель – это больше, чем просто «красавица». Она одета в дорогой костюм, часто с драгоценностями. Она находится в центре внимания мужчин в дорогих костюмах.

- Деловая женщина – это успешная женщина, которая добилась почти всего в жизни и самостоятельно.

- Сексуальный объект – очень распространенный рекламный образ. Женщина с минимальным количеством одежды в откровенной позе может рекламировать практически любой товар.

Так же можно заметить 5 основных мужских типов рекламных героев:

- Бизнесмен/деловой человек – в дорогом костюме, в премиальной иномарке, в шикарном офисе.

- Спортсмен – это человек в хорошей физической форме, который демонстрирует силу или накачанное тело в рекламе.

- Соблазнитель – это мужчина приятной внешности, всегда в компании красивых женщин.

- Муж – может быть как заботливым супругом, так и неряшливым объектом, создающим неудобства для, несмотря ни на что, веселой жены.

- Потребитель – это человек, который использует продукт непосредственно в рекламе. Например, размазывает пену для бритья. Она присутствует в большинстве видеороликов с участием мужчин.

В проведённом мной исследовании приняло участие 55 респондентов. Была поставлена такая цель: определить какие образы мужчин и женщин в рекламе запоминаются и воспринимаются лояльно среди жителей Московского региона.

В ходе исследования выяснилось, что более трех четвертей респондентов (78,2%) обращают внимание на образы героев, которые используются в рекламе вне зависимости от гендера. Не обращают внимание на образ героя в рекламе 14,7% респондентов, в то время как 7,3% опрошенных обращают внимание на женский образ героя, и ни один респондент не обращает внимание на мужской образ героя в рекламе (таблица 1).

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Обращаете ли Вы внимание на образы героев, которые
используются в рекламе?» (в % от общего числа респондентов)**

	Варианты ответов	%
1.	Да, если это женский образ	7,3
2.	Да, если это мужской образ	0
3.	Да, вне зависимости от гендера	78,2
4.	Не обращаю внимания на образ	14,5

Исследование подтвердило, что две трети респондентов (67,3 %) отметили, что образ домохозяйки в рекламе они видят чаще всего, образ матери часто замечает 61,8% респондентов. Около половины респондентов (45,5%) отметили образ сексуальной женщины, а образ спортсменки отметили более пятой части опрошенных (21,8%). Менее пятой части респондентов (18,2%) видят в рекламе образ деловой женщины. А образ беззаботной женщины замечает лишь 5,5% опрошенных (рисунок 1).

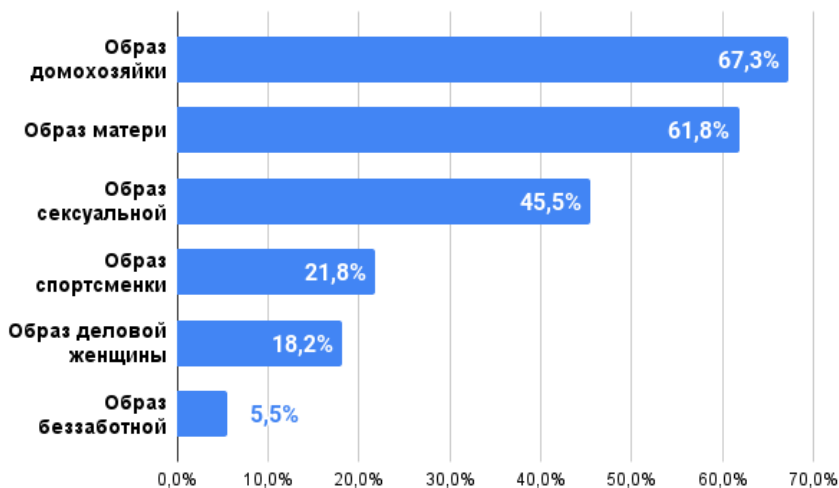


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос «Какие стереотипные образы женщин в рекламе Вы видите чаще всего?»

Как оказалось, подавляющее число респондентов (87,3 %) отметили, что образ делового мужчины они видят чаще всего, образ спортсмена замечает около половины респондентов (43,6%). Образы отца часто замечает 23,6% опрошенных, а образ сексуального мужчины видят в рекламе – 21,8% респондентов. А 16,4% респондента отмечают образ мужчины-романтика (рисунок 2).

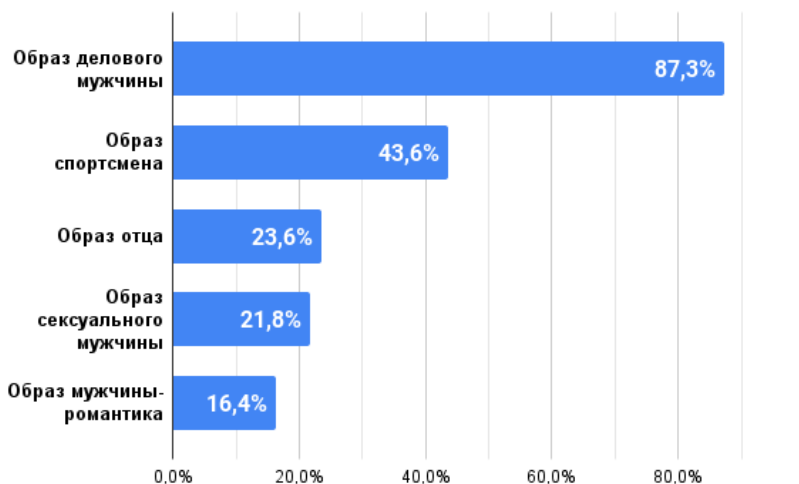


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос «Какие стереотипные образы мужчин в рекламе Вы видите чаще всего?»

Подводя итог, можно сказать, что на нашу гендерную роль с самого рождения влияет огромное количество внешних факторов. Средства массовой информации и размещенная в них реклама создаёт в нашем обществе стереотипные образы женственности и мужественности, которые мы не можем игнорировать. Таким образом, можно сделать вывод, что на данный момент времени потребители сохраняют и следуют за стереотипизированными образами в рекламе. Респонденты, вероятнее всего, приобретут товар, который продвигается при помощи образов хрупкой и нежной женщины, а также брутального и сильного мужчины. Таким образом, исходя результатов исследования, касающихся запоминаемости и «мелькания» образов в рекламе среди респондентов, можно сделать вывод – образ матери и образ делового мужчины являются самыми запоминаемыми и часто замечаемыми. И, наоборот, образы беззаботной женщины и мужчины-романтика являются менее запоминаемыми и реже замечаемыми [4].

Сам успех продукции, направленной в основном на образ жизни, будет зависеть, во-первых, от апелляции к сложившимся гендерным образам, а, во-вторых, от того, насколько успешно или неудачно пройдет идентификация потенциального потребителя с предлагаемой ситуацией.

Литература:

1. Узлов, Н.Д. Сексуальность, гендер, брак: новые реалии XXI века: избранные статьи 2007-2011 гг. – Пенза: Социосфера, 2011 – С. 12.
2. Филатова О. Г., Шишкин Д. П. Основы бизнес-PR. СПб.: Филол.ф-т СПбГУ, 2012. – 195 с.
3. Юрчак А. Психология рекламы/А. Юрчак. - Ростов - на - Дону: Феникс, 2005. – 300 с.
4. Интернет-опрос. Особенности образов мужчин и женщин в рекламе с позиции гендерных различий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forms.gle/YXbvDW8Gqnf8VMNH9> (дата обращения: 19.11.22)

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА КОМПАНИИ

Тихомирова Ю.А.,

студент 4 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Кирилина Т.Ю.,

доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Бренд – это важная составляющая любой современной компании. Брендинг включает в себя целый комплекс различных маркетинговых мероприятий, направленных на развитие имиджа, поддержание репутации компании и закреплению положительных отношений с потребителями. Также брендинг способствует созданию уникального стиля и формирования доверия к компании. Он помогает выделиться среди конкурентов, повысить узнаваемость бренда и придать бизнесу индивидуальность. Социальная ответственность корпорации состоит в том, чтобы компания воспринималась как надежный деловой партнер, а продукты и услуги бренда были надлежащего качества.

Ключевые слова: бренд, брендинг, социальная ответственность.

TECHNIQUES FOR INCREASING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING APPEALS

Tikhomirova Y.A.,

4th year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Kirilina T. Yu.,

Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

A brand is an important component of any modern company. Branding includes a whole range of various marketing activities aimed at developing the image, maintaining the reputation of the company and consolidating positive relationships with consumers. Branding also contributes to the creation of a unique style and the formation of trust in the company. It helps to stand out from the competition, increase brand awareness and give the business an identity. The corporation's social responsibility is to ensure that the company is perceived as a reliable business partner, and the brand's products and services are of proper quality.

Keywords: brand, branding, social responsibility.

Изучение влияния социальной ответственности на формирование бренда компании является актуальной темой для специалистов в области брендинга, маркетинга, рекламы и связей с общественностью, а также довольно полезной для людей других специальностей, так как качество и полезность товаров волнуют всех потребителей. Брендинг – это важная часть формирования компании при ее выходе на рынок, а также при последующем ее продвижении. Брендинг – это управление брендом компании, которое включает в себя создание положительного образа компании, его распространение и закрепление, а также создание идеологии бренда [5].

Целью брендинга является создание точного и понятного образа для повышения узнаваемости компании и лояльности к ней потребителей. Из его задач можно выделить такие, как формирование положительного образа вокруг товаров и услуг компании, демонстрация высокой ценности продукции, создание коммуникации между компанией и клиентами, разработка концепции позиционирования бренда на рынке, например, это может быть вербальная и визуальная идентификация предложенного товара, также выбор маркетинговых каналов, разработка стратегии продвижения, выделение конкурентных преимуществ продукции и придание бренду индивидуальности.

Если у компании отсутствует ведение брендинга, то это может повлечь за собой такие последствия, как уменьшение доверия клиентов, уменьшение узнавания компании, а также такую компанию потребители будут рекомендовать своим знакомым реже, что скажется и на распространении известности продукции. Рекламу с проработанным брендингом узнают чаще, а партнеры привлекаются активнее [2].

Брендинг является стратегически сложным непрерывным процессом, требующим творческого подхода, глубокой аналитики и последовательности действий на пути к поставленным задачам [5]. Брендинг будет наиболее эффективным, если он будет осуществляться в рамках социально-этического маркетинга. Социальная направленность бренда очень важна, так как утверждение ценностей, уважаемых обществом, помогает бренду поддерживать стабильность.

Рост социальной значимости брендинга увеличивается, с чем связаны такие причины, как коммерциализация всех коммуникаций, возрастающая роль самой коммуникации в жизни общества, развитие социальных сетей. К тому же технологии брендинга приобретают всё большее воздействие на общественность, благодаря увеличению их научной обоснованности [1].

Бренды, соблюдающие социальную ответственность, повышают доверие к своей продукции, что способствует эффективности продвижения на рынке. Более того, быть социально ответственным брендом стало модно и популярно. К тому же, сейчас потребители ориентируются не только на продукт бренда, им интересно быть частью его культуры.

Сейчас социальная ответственность является хорошим способом создать бренд и укрепить репутацию. Чтобы правильно использовать социальную ответственность для улучшения репутации бренда, нужно выбрать какую-то определённую программу социальной ответственности, которая должна быть обязательно согласована с организацией бизнеса и целями его деятельности. Также причина должна иметь логическую связь с брендом, например, компания по производству полезных для здоровья продуктов может выпускать упаковки, не вредящие природе.

Осуществление программы по социальной ответственности должно вовлекать сотрудников и других членов организации.

Социальная ответственность бренда бывает внешняя и внутренняя [2]. Во внутреннюю ответственность входят такие компоненты, как безопасность на рабочем месте, конкурентная заработная плата, ее стабильность, наличие медицинской страховки, возможность профессиональной подготовки сотрудников. Внешняя социальная ответственность включает в себя благотворительные мероприятия, ответственность за экологию, за потребителей и наличие эффективного взаимодействия с местными органами власти.

Социальная ответственность имеет ряд ключевых принципов: открытость, честность, системность, регулярность [4].

Социальная ответственность поможет бренду решить такие задачи, как его усиление, облегчение условий для его ведения, улучшение репутации компании. Репутация компании, в свою очередь, сильно влияет на отношения с государством и условия ведения бизнеса. Также, социальная ответственность является одним из наиболее важных факторов, которые позволяют повысить удовлетворенность клиентов. Это становится особенно необходимо, когда конкуренция очень высока и покупателю нужно выбрать один продукт из нескольких предложенных.

Перед тем, как начинать действия в сфере социальной ответственности, компании нужно заняться уплатой налогов, а потом уже можно будет реализовать благотворительные программы и заняться системной заботой о персонале, постепенным участием в развитии общества.

Главные направления социальной ответственности представляют собой: трудовые отношения, прозрачное управление компанией, соблю-

дение этического кодекса, развитие персонала, взаимодействие с местными сообществами, чистота от коррупции, спонсорство, благотворительность, различные социальные проекты, права сотрудников и внимание к окружающей среде [3]. В социальную ответственность бренда могут входить такие направления, как здоровый образ жизни и спорт, образование, культура. Соответственно, бренд может проводить для поддержания репутации и социальной ответственности такие мероприятия, как поддержка здравоохранения и массового спорта, системная работа с вузами, театральные фестивали и выставки.

Выходя в новый регион, компания должна выбрать те направления, которые больше всего соответствуют её бренду и которым сильнее всего не хватает финансирования. Многое зависит и от специфики территории, географических и культурных признаков. Выбор направлений для финансирования должен придерживаться двух важных критериев: поддержка мероприятий должна иметь определённую систему и работать на реализацию стратегии компании, а также проект должен существовать даже если компания прекратит его финансирование, так как их закрытие подорвёт репутацию и доверие.

Главным трендом социальной ответственности сейчас является корпоративное волонтерство или привлечение сотрудников в социальные и экологические проекты компании.

Сейчас люди чаще всего выбирают бренды с высокой социальной ответственностью, и у брендов возникает все меньше возможностей выделиться за счет цены или преимуществ товара. Социальная ответственность – это растущий тренд, который будет активно развиваться в будущем, к тому же он вызывает одобрение и расположенность не только у потребителей, но и у государства.

Литература:

1. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик Рилейшнз». – СПб.: ЗАО Издательский дом «Питер». – 2014. – 204 с.
2. Карпова С.В. Рекламное дело. – М.: «Юрайт». – 2014. – 431 с.
3. Зимбардо Ф., Ляйпле М. Социальное влияние - СПб.: Питер. – 2015. – 448 с.
4. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. – М.:ФАИР-ПРЕСС. – 2016.– 624 с.
5. Рожков И. Я., Кисмерешкин В.Г. Брендинг. – М.: «Юрайт». – 2020.– 331 с.

РОЛЬ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА И РЕПУТАЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКЕ БРЕНДА

Кiryushina A. G.,

студент 4 курса {Реклама и связи с общественностью}

Научный руководитель: Ткалич М.А.,

кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Репутационный капитал – это совокупность нематериальных активов бизнеса. Всё, от отзывов до популярности бренда, может влиять на репутационный капитал, и это можно назвать одним словом: доверие. Чем выше уровень доверия к бренду у людей, тем больше его репутационный капитал. Положительная репутация позволяет бренду свободно контролировать свои материальные ресурсы и быстро укреплять позиции в своей области. Бренды с развитым репутационным капиталом скорее и легче преодолевают кризисные ситуации.

Ключевые слова: репутация, имидж компании, маркетинговые коммуникации, рекламная кампания.

THE ROLE OF REPUTATION CAPITAL AND REPUTATION COSTS IN THE ANTI-CRISIS POLICY OF THE BRAND

Kiryushina A. G.,

4th year student {Advertising and Public Relations}

Scientific adviser: Tkalic M.A.,

PhD {Sociology}, associate professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

Reputation capital is a set of intangible assets of a business. Everything from reviews to brand popularity can affect reputation capital, and this can be called in one word: trust. The higher the level of trust people have in a brand, the greater its reputation capital. A positive reputation allows the brand to freely control its material resources and quickly strengthen its position in its field. Brands with developed reputation capital overcome crisis situations more quickly and easily.

Keywords: reputation, company image, marketing communications, advertising campaign.

В настоящее время конкурентная борьба различных компаний, функционирующих в одном сегменте, обостряется. Экономические кризисы, повторяющиеся с определенной регулярностью, заставляют руководителей организаций искать все новые способы не только сохранять свой статус, но и развиваться, демонстрировать рост в количественном и качественном эквиваленте. Многочисленные исследования рынка показывают, что устойчиво занимают позиции, компании, с положительной репутацией, известные как надежные и стабильные игроки, не раз показавшие профессионализм в своей области. Однако, как известно, репутацию составляет множество факторов, которыми можно управлять.

Репутационный капитал – это один из факторов производства, результат деятельности фирмы, производящей продукт определенного качества, пользующийся спросом на рынке не только в силу полезности самого продукта, но и в результате доверия к фирме-производителю. Выявляя факторы, влияющие на изменение рейтинга доверия к компании, в качестве примеров приведены графики из результатов прикладного маркетингового исследования «Роль репутационного капитала и репутационных издержек в антикризисной политике бренда», проведенного в ноябре 2022 года [1]. Исследование показало, что респонденты особенно выделяют вариант «Уровень профессионализма в своей области» (79,2%) среди возможных факторов, повышающих рейтинг доверия к компании. Следующими по популярности являются варианты «Многочисленные положительные отзывы» (70,8%) и «Надежность» (67,8%) (рисунок 1).



Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы по Вашему мнению повышают рейтинг доверия к компании?» (в % от общего числа респондентов)

В ходе исследование выяснилось, что респонденты особенно выделяют вариант «Несоответствие товара/услуги характеристикам, обещанным в рекламе» (81%) среди возможных факторов, понижающих рейтинг доверия к компании. Следующими по популярности являются варианты «Многочисленные негативные отзывы» (64,3%), «Участие в скандальных ситуациях» (40,5%) и «Безответственное отношение к окружающей среде» (40,5%) (рисунок 2).



Рисунок 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы по Вашему мнению понижают рейтинг доверия к компании?» (в % от общего числа респондентов)

Репутационный капитал и увеличение его объема (прирост общественного доверия к социально-ответственному бизнесу организации, укрепление ее позитивного имиджа, формирование благоприятного общественного мнения, повышение престижа определенной торговой марки и т.д.) имеют вполне определенный экономический эквивалент [2]. Например, повышение престижа торговой марки улучшает условия ее рыночного функционирования, увеличивает объем продаж, иными словами, перестраивает в ее пользу конкурентную среду. В результате компания увеличивает свой финансовый капитал и экономическое влияние, а, продолжая вкладывать средства в PR, развивая благотворительные и спонсорские программы, занимаясь социально - ответственным бизнесом, она увеличивает свой репутационный капитал. Таким образом, происходит постоянное расширенное воспроизводство капитала в компании, своеобразный круговорот капитала, приводящий к возникновению мультипликативного эффекта, когда первоначальный толчок умножает сам себя [3].

Также особое внимание стоит уделять репутационным издержкам в антикризисной политике бренда. Репутационные издержки – характеризуют размер дополнительно израсходованных ресурсов, требующихся для распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Репутационные издержки обратно пропорциональны уровню репутационной активности [4]. В случае если бренд оказывается в кризисной ситуации и терпит издержки, он прибегает: к увеличению PR-мероприятий, к SERM (управление репутацией в выдаче поисковых систем), к повышению лояльности ЦО (целевой общественности). В случае роста негативных упоминаний в публикациях или социальных сетях, бренду необходимо оперативно их нивелировать

Для эффективного управления, улучшения стабильности и прибыльности организации необходимо сформировать и поддерживать эффективность элементов репутационного капитала: организационной культуры, социальной ответственности организации, финансовой деятельности, кадровой политики организации, точки локализации организации и логистических цепочек, дизайна интерьера офисов и точек продаж, качества продукции/оказываемых услуг, коммуникационной политики, бренд-менеджмента [5].

Следует вывод, что репутация является важнейшей характеристикой компании, и в контексте антикризисной политики бренда, репутационный капитал может сыграть решающую роль в удержании своих позиций на рынке.

Литература:

1. Анкета «Роль репутационного капитала и репутационных издержек в антикризисной политике бренда» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forms.gle/HJdqrVrVM8SX6pBy8>
2. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. 4-е изд. - М.: Альпина Паблицер, 2016. - 224 с.
3. Прохоров Н. Управление репутацией в интернете. – М.: Синергия, 2017. – 160 с.
4. Ульяновский А. Корпоративный имидж: Технологии формирования для максимального роста бизнеса. - М.: Эксмо, 2007. - С. 25.
5. Федотова М. Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент: учеб. пособие – Омск: ОмГТУ, 2009. – 120 с.

ЯВЛЕНИЕ ПОЛИСЕМИИ В ТЕРМИНОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭКОНОМИКА»)

Красикова Т.И.,

кандидат филологических наук, профессор, заведующий кафедрой
иностраннных языков

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Статья посвящена возможности обучения студентов технических вузов иноязычной терминологии на материале экономической терминологии. Цель изучения заключается в формировании когнитивного восприятия растущего потока информации. Автор указывает на то, что экономические термины являются наиболее частотными в средстве массовой информации. В связи с этим, в ходе обучения было обеспечено понимание значений терминологических единиц, направленных на формирование навыков интерсемиотического перекодирования невербальных знаков в вербальный регистр письменной и устной речи. На примерах некоторых гнезд многозначных слов рассматриваются возникновение терминов экономического профиля.

Ключевые слова: обучение иноязычной терминологии. Невербальные средства, когнитивное восприятие, полисемия термина.

THE PHENOMENON OF POLYSEMY IN TERMINOLOGY (BASED ON THE MATERIAL OF THE SPECIALTY "ECONOMICS")

Krasikova T.I.,

PhD {Philology}, professor, the Head of the Department of Foreign Languages
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article is devoted to the possibility of teaching students of technical universities foreign language terminology on the material of economic terminology. The purpose of the study is to form a cognitive perception of the growing flow of information. The author points out that economic terms are the most frequent in the mass media. In this regard, during the training, an understanding of the meanings of terminological units aimed at the formation of skills of intersemiotic transcoding of nonverbal signs into the verbal register of written and oral speech was provided. On the examples of some nests of polysemous words, the emergence of economic terms is considered.

Key words: teaching foreign language terminology, nonverbal means, cognitive perception, polysemy of the term.

Научно-технический прогресс, который характеризует развитие современного общества, ведёт к непрерывному росту объёма и усложнению структуры профессионально-научных знаний. Понимание и усвоение стремительно растущего потока информации в условиях экспансионизма науки требует привлечения средств коммуникации, включающих использование различных каналов коммуникации. Одним из основных способов расширения возможности чувственного и когнитивного восприятия информации является увеличение доли невербальных иллюстративных семиотик в составе письменного текста.

В современной науке визуализация на основе иллюстративно-изобразительных средств является неотъемлемым элементом обработки сложной информации. Прагматическая установка на «сжатие» научных средств выражения, наглядность и понятность при его предъявлении способствует применению единого всем языкам невербальных знаков в текстовое пространство. Научно-технический прогресс расширяет зоны использования невербальных средств и приводит к повышению уровня абстракции через различные способы выражения языковых средств в текстовое пространство.

Для повышения эффективности обучения иноязычной терминологии в неязыковом вузе был предпринят синтез вербальных иллюстративно-графических средств, анализ исследования целого ряда отечественных и зарубежных ученых в области лингвистической семантики, (Кобозева И.М.), терминологической идеографии (Табанакова В.Д.) теоретические положения о формировании навыков и умений иноязычной речевой деятельности (Леонтьев А.А., Пассов Е.И.), теория упражнений.

Обращение к терминологии экономического направления объясняется тем, что экономика, наряду с культурой, наукой, социально-правовыми отношениями, является одним из важнейших элементов человеческой цивилизации. Она представляет собой значимую часть социальных явлений и отношений жизнедеятельности человека. Надо отметить, что экономические знания особенно значимы в современном обществе, а экономические термины являются наиболее частотными в средстве массовой информации. При обучении экономической терминологии на старших курсах экономического профиля Технологического Университета, были отобраны структурно-логические статьи с наиболее частотной научной визуализацией.

Отобранные тексты стали основой для обучения и основой для разработки заданий, обеспечивающих понимание значения терминологических единиц. В ходе обучения было обеспечено понимание значе-

ний терминологических единиц, направленных на формирование навыков интерсемиотического перекодирования невербальных знаков в вербальный регистр письменной и устной речи [1-3].

Хотелось бы отметить, что специфика терминов, как особого вида слова состоит, прежде всего, в особенностях его семантической структуры, которая для собственно термина содержит только свободное значение, являющееся прямым и номинативным, имеющим четкие семантические границы благодаря определению. В пределах специального употребления термин не меняет своего значения, пока благодаря новым открытиям и изобретениям не изменится обозначаемое или понятие о нем [5-7].

Социолингвистический подход к исследованию появления и развития полисемантических экономических терминов позволил выявить происхождение изучаемые многозначные термины. На примерах некоторых гнёзд многозначных слов рассмотрим возникновение терминов.

Так, термин **collection** обладает двумя значениями и относится к двум ЛСГ внутри подязыка банковского дела. Анализ исторических и этимологических словарей показал, что в них у слова **collection** отсутствует терминологическое значение, характерное для подязыка банковского дела. В XIV веке существовало общеупотребительное значение слова, указывающее на *процесс сбора чего-либо*. Учитывая это, а также то, что для того времени операция кредитования являлась одной из ведущих, которые осуществляли частные банки XV века в Англии, ссуживая деньги ограниченному кругу частных лиц, то в этот период слово **collection** приобретает значение *handling of past-due accounts by specialists, who attempt to get a promise to pay from the delinquent borrower and ultimately recover all or part of the debt - обработка просроченных платежей специалистами, которые пытаются получить обещание от уклоняющегося от уплаты заемщика оплатить и, в конечном счете, возместить весь или часть долга* - именно в сфере кредитования, одновременно с этим одной из функций частных банков уже в то время было обеспечение чеков, прием векселей и других расчетно-денежных документов, поэтому не удивительно появление в то время еще одного значения – *presentment of checks, drafts, and other negotiable instruments to the point of origin, and receiving payment from the paying bank - предъявление чеков, переводных векселей и других оборотных документов к исходным данным, и получение оплаты от банка-плательщика*.

Таким образом, можно определить следующую лексико-семантическую связь между значениями термина **collection**: *handling of past-due accounts*

Метафорический перенос: presentment of checks.

Возникновение терминологического сочетания **bank holiday** связано с именем банкира и ученого сэра Джона Лаббока. В 1871 году он сформулировал Bank Holiday Act, регламентирующий для людей пять с половиной рабочих дней в неделю и четыре дополнительных выходных в году. Его проект легко получил одобрение Парламента и в августе 1871 прошли первые банковские праздники, когда все банки были закрыты.

Bank holiday обрел значение *uniform schedule of national holidays honored by financial institutions - единый график национальных праздников принятый финансовыми учреждениями*. Позднее, когда правительство страны начало вести агрессивную политику по отношению к крупным частным банкам, так как для периода конца XIX – начала XX вв. характерно слияние банков и стремление их к образованию одной монополии, что заставило правительство вмешаться в процесс реконструирования банковской сферы. Именно в этот момент термин приобретает новое значение: *temporary closing of a bank by government officials - временное закрытие банка правительственными должностными лицам*.

Лексико-семантическая связь между значениями терминологического сочетания **bank holiday** осуществляется аналогично термину **collection**: *schedule of national holidays*

Метафорический перенос - *temporary closing of a bank by government officials*.

Термин **identification** изначально имел общеупотребительное значение - *акт опознавания* (1644) и тогда же, учитывая то, что подпись на чеке - уникальна и дает возможность определить плательщика по его подчерку, то с образованием централизованной банковской системы, **identification** обретает более конкретное значение, функционирующее уже в подязыке банков: *bank customer's signature on a check, either as drawer or endorser - подпись клиента банка на чеке, как трассанта или индоссанта*. И только в XX в. с развитием прогрессивных технологий обработки информации, основанных на новейших достижениях компьютерной техники, а именно, внедрением электронно-механических кассовых машин или банкоматов, происходит появление все новых и новых значений – *a sending bank's password, used in place of a bank officer's signature - посылание пароля банка, используемого вместо подписи банковского служащего*, *personal identification number (PIN) assigned to a bank account - персональный идентификационный номер (PIN-КОД), назначенный на банковский счет*; *biometric identification - биометрическая идентификация*; *bank identification number - банковский идентификационный номер*, *machine readable characters - машиночитаемые знаки*,

типа нанесенной магнитными чернилами линии, напечатанной на крае основания банковских чеков - многообразие которых на прямую зависит от различных методов определения личности, то есть владельцев счетов, что происходит из-за необходимости максимально обезопасить личные вклады от посягательств со стороны различного рода мошенников. Первые банковские автоматы появились в 1971 году в городе Атланта, США, хотя кредитные карточки появились уже в 20-е годы и такие значения как *personal information known by the account holder* - *персональная информация, известная владельцем счета* и *Social Security Number* - *номер социального обеспечения индивидуального или федерального идентификационного номера налогоплательщика организации* могли появиться вместе с их внедрением. Для термина **identification** лексико-семантическая связь представляется несколько более сложной, так как последние семь значений образовались смещением от первого: *bank customer's signature on a check*.

Метафорический перенос

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. a sending bank's password2. personal information known by the account holder3. biometric identification |
|--|

1. PIN
2. bank identification number
3. machine readable characters
4. Social Security Number

На основе исследования многозначных экономических и банковских терминов (которые тесным образом связаны с экономической терминологией) было установлено, что из трех типов взаимоотношений между различными значениями наиболее характерна семантическая омонимия, когда варианты лексемы имеют общую часть содержания, которая не является семантической, а отражает общность их внутриязыковых значимостей. К такому заключению мы пришли на основе исследования терминов, имеющих два и более значения, среди которых подавляющее большинство оказалось именно с таким типом связи между элементами семантической структуры.

Литература:

1. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М.: Школа, 1995. 472 с.
2. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. Пособие для студ. Англ. Отделений пед. ин-тов. М. - Л., «Просвещение», 1996. 346 с.

3. Герви О.Ю. Виды лексической полисемии в структуре дискурса. Автореф. дис... канд. филол. наук. М.: 2001. - 19 с.
4. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах (учебное пособие) М.: Высшая школа, 1987. 103 с.
5. Гринев СВ. Введение в терминографию. М.: МПУ, 1996. 161 с.
6. Гуровский В.В. О соотношении значений многозначного слова. Семантика и информатика, выпуск 26. М., 1984. 94 с.
7. Марчук Ю.Н. О переводе многозначных терминов в многоязычных словарях. Терминология и перевод в XXI веке. Материалы Международной научной конференции Азиатского континентального секретариата. Омск, 2002. С. 95-98.
8. Мильгольф И.Н. К проблеме лексикографического описания значений полисемантического слова (на примере конвертированных пар глагол-существительное в современном английском языке). Автореф. дис. ...канд. филол. наук. М., 1970. - 25 с.
9. Англо-русский экономический словарь. English-Russian economic dictionary. (Около 60000 терминов и терминологический словосочетаний) И.Ф. Жданова, Э.Л. Вартумен. 4-е изд., стер. М.: Рус.яз., 2001. 874 с.

НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ВИДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В ИТ-КОМПАНИЯХ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Симонов Д.Д.,

аспирант 1 курса {Социологические науки}

Научный руководитель: Кирилина Т.Ю.,

доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой
гуманитарных и социальных дисциплин,

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье рассмотрены основные виды управленческих конфликтов с учетом специфики сферы ИТ. Приведены различные причины возникновения управленческих конфликтов. Изучены основные направления и этапы решения управленческих конфликтов и сформулированы рекомендации для регулярных работ для ИТ-компаний.

Ключевые слова: виды управленческих конфликтов, пути решения управленческих конфликтов, управленческие конфликты в ИТ-компаниях.

THE MOST POPULAR KINDS OF MANAGEMENT CONFLICTS IN IT-COMPANIES AND THE WAYS HOW TO SOLVE THEM

Simonov D.D.,

1st year post-graduate student {Sociology}

Scientific adviser: Kirilina T. Yu.,

Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of
Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The article considers the main types of managerial conflicts, taking into account the specifics of the IT sphere. Various reasons for the emergence of managerial conflicts are given. The main directions and stages of the solution of managerial conflicts were studied and recommendations for regular work for IT companies were formed.

Keywords: types of management conflicts, ways to resolve management conflicts, management conflicts in IT companies.

Управленческие конфликты – это конфликты, которые возникают в системах социального взаимодействия субъектов и объектов управления. Неправильный подход к решению управленческих конфликтов может привести к ухудшению работы организации, снижению качества работы сотрудников и даже к уходу талантливых сотрудников из организации [1].

Существует несколько типов управленческих конфликтов:

1) Межличностные конфликты. Они возникают между руководителем и сотрудником или между сотрудниками. Они могут быть связаны с разными взглядами, интересами или недопониманием.

2) Междепартаментные конфликты. Они возникают между различными департаментами в организации, когда каждый департамент имеет свои цели и интересы. Они могут возникать из-за разных методов работы, конкуренции за ресурсы или противоречия в отношениях с другими департаментами.

3) Конфликты интересов. Они возникают, когда интересы сотрудников или департаментов противоречат интересам организации в целом.

4) Конфликты стилей управления. Они возникают, когда руководители или сотрудники имеют разные стили управления и не могут эффективно работать вместе.

Решение управленческих конфликтов требует понимания к их причинам, устранения проблем через общение и поиск компромиссов. Руководство должно быть открытым для общения со своими сотрудниками и последовательным в поиске решений, которые смогут удовлетворить все стороны. Важно понимать, что управленческие конфликты являются неизбежным элементом работы в любой организации, и необходимо уметь с ними справляться [2].

Важно также понимать, что некоторые конфликты могут быть полезными для организации, поскольку они могут служить для выявления проблем и поиска более эффективных решений. Они могут также повышать мотивацию сотрудников, поскольку дают возможность высказать свое мнение.

Постоянный мониторинг и анализ управленческих конфликтов, а также предотвращение их возникновения с помощью правильного определения источников конфликта и предоставления соответствующего обучения и поддержки сотрудникам, могут сделать организацию более устойчивой и конкурентноспособной. Управленческие конфликты в ИТ-компаниях могут возникать по разным причинам:

1) Плохая коммуникация: сотрудники в ИТ-компаниях работают в командах, и плохая коммуникация может привести к недопониманию,

несовпадению целей и конфликтам между отделами и сотрудниками. Отсутствие четких целей и ожиданий со стороны высшего руководства может вызвать путаницу среди сотрудников, что приведет к конфликтам между ними. Более того, в период роста числа сотрудников, работающих удаленно, плохая коммуникация и территориальная удаленность сотрудников могут служить дополнительными причинами конфликтов.

2) Нечеткие роли и обязанности: пересекающиеся обязанности и неточные должностные инструкции могут способствовать возникновению разногласий и конфликтов по поводу того, кто за что отвечает. Это также может привести к отсутствию ответственных лиц, что может стать причиной дальнейших проблем.

3) Столкновение личностей: IT - популярная сфера, которая привлекает талантливых и целеустремленных людей, но эти черты характера могут привести к конфликтам между членами команды, у которых разные стили работы, мнения и подходы.

4) Ограниченные ресурсы: IT-компании находятся под постоянным давлением, требующим выполнения высококачественной работы в сжатые сроки. Когда ресурсы, такие как время, бюджет или рабочая сила, ограничены, это может привести к конфликтам между отделами из-за того, кто получит ресурсы, необходимые для выполнения своих задач.

5) Не готовность к изменениям: IT - быстроменяющаяся индустрия, постоянно появляются новые технологии и подходы. Некоторые сотрудники могут сопротивляться переменам, что приводит к конфликтам между теми, кто готов адаптироваться, и теми, кто не готов.

6) Конкуренция за признание и продвижение по службе: рабочая среда в сфере IT высоко конкурентная, сотрудники борются за признание и продвижение по службе. Это может привести к конфликтам между сотрудниками, которые могут считать, что они не получают заслуженного признания или что им не предоставляются равные возможности для продвижения по службе.

Разрешение управленческих конфликтов в IT-организациях осуществляется в одном из следующих направлений:

– Использование гибких методологий: Многие IT-организации используют гибкие методологии, которые ставят во главу угла гибкость и адаптивность. Такой подход может повлиять на способ разрешения конфликтов, поскольку он направлен на поиск решения, которое отвечает потребностям всех сторон и позволяет вносить изменения в будущем.

– Инновационные решения: Конфликты, связанные с инновационными решениями, могут быть разрешены путем рассмотрения потенциального влияния предлагаемой инновации на организацию в целом.

– Внедрение культуры сотрудничества: ИТ-организации часто культивируют культуру сотрудничества и открытости, где конфликты могут рассматриваться как возможность для роста и обучения [3].

Процесс разрешения управленческих конфликтов в ИТ-организациях обычно включает следующие этапы:

Идентификация

Первым шагом в разрешении конфликта является определение его первопричины и вовлеченных сторон. Этот этап включает в себя сбор информации и понимание перспектив каждого вовлеченного лица.

Оценка

На этом этапе оценивается влияние конфликта на организацию и ее сотрудников, определяется степень срочности и важности разрешения конфликта.

Общение

Хорошая коммуникация является ключом к разрешению конфликтов в ИТ-организациях. На этом этапе вовлеченные стороны вступают в открытый и честный диалог, чтобы выразить свои опасения и найти точки соприкосновения.

Техническая оценка

ИТ-организации часто имеют уникальные технические проблемы, которые необходимо учитывать при разрешении конфликта. На этом этапе проводятся консультации с техническими экспертами, которые помогают найти технические решения, способные разрешить конфликт.

Мозговой штурм

На этом этапе потенциальные решения генерируются в ходе совместного процесса, который способствует развитию креативности и нестандартного мышления.

Выбор

Из потенциальных решений, созданных на предыдущем этапе, выбирается наилучший вариант действий, который согласовывается всеми заинтересованными сторонами.

Реализация

Решение реализуется, и конфликт разрешается. Последующие оценки могут проводиться для контроля эффективности решения и обеспечения того, чтобы конфликт не повторился.

Оценка

Заключительный этап включает в себя оценку результатов процесса разрешения конфликта и определение любых извлеченных уроков, которые можно применить в будущих попытках разрешения конфликта.

Важно отметить, что не все конфликты могут быть полностью разрешены, иногда может потребоваться найти компромисс или приемлемый уровень разногласий. Процесс разрешения управленческих конфликтов в IT-организациях требует терпения, сочувствия и стремления найти взаимовыгодное решение. На регулярной основе для контроля управленческих конфликтов должны проводиться работы по предвидению, предотвращению, управлению и разрешению конфликтов.

Предвидение конфликтов – это определение потенциальных источников конфликтов, таких как конфликтующие приоритеты, сбои в коммуникации и недопонимание. Далее следует разработать превентивные меры, например, введение корпоративной политики общения и регулярная взаимная оценка качества взаимодействия и работы сотрудниками.

В случае с предотвращением конфликтов необходимо поощрять открытое общение, проводить мотивирующие и объединяющие встречи и мероприятия для отделов и организации в целом.

На этапе модерации действующего конфликта необходимо собрать информацию о конфликте и оценить ситуацию, выделить медиатора взаимодействия конфликтующих сторон, помогающего найти точки соприкосновения и наилучший курс действий для разрешения конфликта.

В процессе разрешения конфликтов ответственное лицо принимает решение о наилучшем курсе действий, принимая во внимание потребности компании, интересы всех вовлеченных сторон и потенциальное влияние на организацию. Как правило, руководитель контролирует реализацию решения и следит за тем, чтобы конфликт был разрешен своевременно и эффективно. Также руководитель должен оценивать эффективность процесса разрешения конфликта, чтобы выявить любые извлеченные уроки и гарантировать, что подобные конфликты не возникнут в будущем.

В заключение следует отметить, что управленческие конфликты – распространенное явление в IT-компаниях, и они могут оказывать значительное влияние на моральный дух и производительность сотрудников, а также на общий успех организации. Наиболее распространенными причинами управленческих конфликтов в IT-компаниях являются плохая коммуникация, неопределенность ролей, столкновение личностей, конкуренция за ресурсы, не готовность к изменениям, конкуренция за признание и продвижение. Эффективная коммуникация, четкое определение ролей и обязанностей, благоприятная культура на рабочем месте, прозрачность и справедливость в распределении ресурсов, обучение и поддержка изменений, четкие процессы признания и продвижения, а

также открытый и честный диалог были признаны наиболее эффективными методами разрешения этих конфликтов. Внедряя эти стратегии, IT-компании могут создать более гармоничную и продуктивную рабочую среду для своих сотрудников.

Литература:

1. Кирилина, Т. Ю. Анализ проблем управления организацией в социологии управления и стратегическом менеджменте: различия и точки соприкосновения / Т. Ю. Кирилина // Социально-гуманитарные технологии. – 2021. – № 3(19). – С. 26-33.
2. Социология управления : Учебник для аспирантов / И. Д. Афонин, Т. И. Бузмакова, Т. Ю. Кирилина [и др.]. – Москва : "Русайнс", 2016. – 312 с.
3. Conflict Management, Team Coordination, and Performance Within Multicultural Temporary Projects: Evidence From the Construction Industry [Электронный ресурс]. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/8756972818818257> (дата обращения 05.12.2022)

МОЛОДЕЖЬ В НАУКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Киритив А.М.,

аспирант 1 курса {Социологические науки}

Научный руководитель: Кирилина Т.Ю.,

доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В современных условиях мировой глобализации развитие сферы научной деятельности занимает главенствующие позиции. Молодые кадры в этой сфере лежат в основе успешного процесса развития. В данной статье рассматриваются статистические данные различных сфер научной деятельности, а также вопросы кадрового порядка в данной сфере. Определяются некоторые проблемные моменты и пути их решения. Искоренение таких проблем поможет выдвинуться научной сферы Российской Федерации на новый уровень.

Ключевые слова: молодежь, научная сфера, глобализация, статистика.

YOUTH IN SCIENCE: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Kiritiv A.M.,

1st year post-graduate student {Sociology}

Scientific adviser: Kirilina T. Yu.,

Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanitarian and Social Disciplines

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

In the modern conditions of global globalization, the development of the sphere of scientific activity occupies a dominant position. Young people in this field are at the heart of a successful development process. This article discusses statistical data from various fields of scientific activity, as well as personnel issues in this area. Some problematic points and ways to solve them are determined. The eradication of such problems will help to advance the scientific sphere of the Russian Federation to a new level.

Keywords: youth, scientific sphere, globalization, statistics.

За последние несколько лет вопрос совершенствования отечественной науки при помощи популяризации ее среди молодежи набрал большую популярность. С каждым годом молодых людей, занимающихся наукой, как работой, становится все меньше. С каждым годом этот показатель падает, что не позволяет вносить современные методы

и новшества в эту сферу. По итогам исследования последних лет процент молодого поколения в научной сфере деятельности составил 15,6%. Так, большую часть сотрудников в научной сфере составляют кадры от 50 лет, что говорит о прогрессирующей тенденции старения науки. Так, доля деятелей науки старше 55 лет в 2000 году составляла 20%, а в 2021 47 процентов, то есть в два раза больше.

История появления проблемы снижения популярности научной сферы среди молодежи берет свое начало еще с начала 60-х годов прошлого столетия, когда молодые люди стремились уходить в иные сферы деятельности, которые приносили бы больший доход. В те времена в стране наблюдался быстрый рост научного развития, в связи с чем молодое поколение начало заполнять не только самые низкие позиции, но и позиции среднего уровня. Так, спустя семь-десять лет молодое поколение продвинулось по карьерной лестнице и разместилось на позициях начальников отделов, заведующих лабораториями. Несмотря на это, последующее поколение уже застряло на самых низких позициях. Так, в начале семидесятых годов двадцатого века сотрудник младшего звена – кандидат наук, было совершенно нормальным явлением в научно-исследовательских центрах и институтах. С годами ситуация лишь ухудшалась. Выпускникам восьмидесятых годов было еще тяжелее. Уже к началу девяностых годов проблему молодых кадров в науке начали поднимать социологи в своих исследованиях. Кадровая проблема научной среды омрачалась цифрами: процент лиц, которые были младше сорока лет среди специалистов с степенями кандидата наук составил 23%, а для докторов наук – 2%. По сравнению, к примеру, с Соединёнными штатами Америки, в котором доля специалистов научного института со степенью доктора наук моложе сорока лет составляла более 30%.

В то время возможности решения данной проблемы и развития научной сферы практически исчезли, так как все сотрудники 60-х годов были еще полны сил и не собирались оставлять свои места, а новые места появлялись редко. Усугубляло ситуацию и резкий упадок государственной финансовой поддержки научной сферы. Больше финансирования было направлено в рыночную сферу и в развитие бизнеса страны. Этим обосновывается и увеличение мигрирующих ученых из страны за рубеж.

В различных странах мира тоже бывают такие проблемные моменты. К примеру, в Италии и в Испании молодым научным деятелям тоже приходится довольно долго работать в маленьких, не сильно значимых должностях, «в тени» начальства, ждать, пока какое-то место освободится. Только потом у них появляется возможность занять более

значимую позицию [5, с. 65]. На сегодняшний день, в странах Европы вводятся различные меры, программы, которые будут сдерживать желание молодых ученых мигрировать в другие страны. Также, ситуацию спасают ученые, приезжающие из России. Благодаря этому, число уезжающих из страны, примерно равно числу прибывающих в страну. Однако, в Российской Федерации, проблема популярности научной сферы среди молодежи больше страдает от пенсионного обеспечения ученых. В конце двадцатого века в Российской Федерации система науки практически стабилизировалась, был виден даже небольшой прирост ученых. Однако, это было ошибочное наблюдение. Большая часть молодых ученых шла в науку не столько для развития собственных интересов и целей, а для личных интересов, таких как: возможность получения более высокооплачиваемой работы, избегание срочной военной службы, поиск профессии и собственного «я» для дальнейшего труда в фрилансе. Так, основываясь на статистические данные 1998 и 2000 годов, было определено, что доля ученых молодого возраста возросло на 3%, а доля ученых возрастом 30-40 лет упало на 3 % [2, с. 26]. Такие данные свидетельствуют о том, что данный фактор подтверждает то, что молодые люди в науке не задерживались надолго. Исходя из исследований последних лет, было определено, что сменяемость кадров в научной сфере возросла. Каждый год в научной среде обновляют не менее 13% сотрудников. Исходя из этого, возраст молодых сотрудников не достигает более восьми лет. Конечно, эти данные нельзя считать единственно точными, так как разброс данных строго индивидуален, в связи с чем нельзя его абсолютизировать. Однако, данный фактор можно использовать как некоторый ориентир для социологических исследований. Уже несколько лет данную проблему не разрешают, что кажется не таким уж важным на фоне кажущейся стабильности. Однако, в связи с этим, ухудшается и материальная база условий для научной деятельности, что также приводит к упадку популяризации науки для молодого поколения.

На сегодняшний день основными проблемными моментами в привлечении молодых ученых в научную сферу являются:

- недостаточность финансирования. Данный момент не позволяет молодым кадрам этой области получать высокую зарплату, а также часто затрудняет исследования в связи с недостатком средств на закупку техники и материалов для исследования;
- слабая популярность профессий в научной среде среди молодого поколения. Все меньше специалистов идут в дальнейшую научную среду после получения основного высшего образования. Связано это с тем, что большое количество ВУЗов остановили возможность отсрочки

от армии для различных уровней обучения, а также с тем, что большинство молодых людей стараются скорее устраиваться на работу и получать зарплату, нежели продолжать обучения, стипендиальная помощь которого недостаточна для полного обеспечения жизнедеятельности. Также, связать с это проблемой можно и то, что в мире сфера науки давно не популяризируется. Мало кто считает возможность стать ученым, как что-то престижное. Ценность данной специальности утрачена в социуме, что очень сильно отражается именно на молодых людях.

– большое количество кадров пенсионного возраста. Данный фактор уже долгое время отмечается исследователями Российской Федерации. Именно это не позволяет молодым людям занимать какие-то важные должности в связи с тем, что эти места заняты людьми пенсионного возраста, что заставляет ждать молодые кадры какой-либо должности довольно долгое время и не двигаться по карьерной лестнице.

Конечно, это не все проблемные моменты, влияющие на выбор молодым поколением научного пути, но это основные из них. Так, есть некоторые пути возможного их решения. Например:

– привлечение большего количества инвестирования в научную сферу среди предпринимателей России, а также из государственного бюджета. Необходимо разработать программы поощрения и награждения молодых специалистов научной сферы, в том числе финансово. Также, требуется вводить программы государственного субсидирования новых разработок, что поможет закупать оборудование, требуемого для научного исследования. Кроме этого, несмотря на то, что и на сегодняшний день есть небольшое количество таких программ, однако от момента подачи заявки на получение средств от государства, до реального их получения проходит большое количество времени, а также, заявителям приходится столкнуться с огромным количеством бюрократических сложностей. Так, многие проекты не доходят до финальной точки, а остаются брошенными. Соответственно, чтобы разрешить эту проблему, необходимо упростить возможность получения поощрений и средств от государства для молодых ученых в бюрократическом плане, а в идеале, открыть специальные центры, которые будут заниматься всей работой с документами, что освободит самих специалистов;

– следующим шагом решения проблем сокращения молодежи в сфере науке является повышение имиджа данной сферы в социуме, внедрение интересных для молодежи проектов, конкурсов, грантов, начиная со школы, продолжая в высших учебных заведениях. Кроме этого, следует повышать престиж этой профессии. Ну конечно, это будет невозможно, пока не будет прибыльных профессий, что позволило

бы молодым людям получать такие же зарплаты в научной сфере, как и в сфере бизнеса, например;

– ну конечно, немаловажным шагом будет сокращение возможности работать на высших местах в научно-исследовательских институтах и науке людям, находящимся на пенсии. Также, требуется следить за кадровыми передвижениями в данных сферах, а также, требуется увеличить кадровые перемещения там.

В завершение, хотелось бы сказать, что научная сфера в последние годы поднимается с низших позиций среди популярности. Связано это с тем, что государство уже начало внедрять различные социальные проекты, которые привлекают молодых ученых. Однако, все равно эта сфера еще очень неразвита. Внедрение предложенных путей решения позволит возродить эту отрасль, что принесет большие успехи и новые разработки, а это – повышение престижа и самого государства.

Литература:

1. Проблемы привлечения молодых специалистов в науку: информационно-аналитическая записка / Центр социологических исследований Министерства образования РФ. 2020. 30 октября.
2. Наука в России–2021: Статистический сборник / Госкомстат РФ и ЦИСН. М., 2021.
3. Мирская Е. Российская академическая наука в зеркале социологии: эмпирические исследования // Независимая газета. 2020. № 5. 24 мая.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Халилов О.Е.,

преподаватель ККМТ

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

Цель данной статьи изложить все сложности, проблемы, а также успехи и достижения космической промышленности. Описать особенности покорения космоса, способы решение некоторых проблем, особенности его организации. Также в статье изложены успехи и достижения космической промышленности.

Ключевые слова: космос, сложности, достижения, способы решения проблем.

THE MAIN PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF THE SPACE INDUSTRY

Khalilov O.E.,

lecturer of the Space Engineering and Technology College
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

The purpose of this article is to outline all the difficulties, problems, as well as the successes and achievements of the space industry. Describe the features of the conquest of space, ways to solve some problems, features of its organization. The article also describes the successes and achievements of the space industry.

Key words: space, difficulties, achievements, ways to solve problems.

В данной статье пойдёт речь о космической промышленности в России и о проблемах с её развитием.

Космос – пространство, в котором находятся множество планет, в том числе и Земля. Чаще всего под термином Космос, понимают Вселенную в целом, как единое пространство, объединяющее все небесные тела в одну систему.

По сути, космос изучен всего на 4 процента. С помощью специальных приборов мы можем увидеть множество планет, звёзд и галактик, которые находятся в Солнечной системе, но всё же, остальные 96 процентов учёные увидеть не могут. Эту область все учёные называют Тёмной материей.

Данный вопрос о развитии космической промышленности очень важен для человечества в целом, поэтому в данной статье я выбрал

именно эту тему, дабы описать основные проблемы с развитием космической промышленности, а также рассказать об успехах и прорывах в данной отрасли. Также в данной статье кратко описана история развития космической отрасли, дабы заинтересовать молодое поколение к изучению и покорению Космоса и Вселенной в целом.

21 августа 1957 г., был осуществлен первый удачный запуск советской межконтинентальной баллистической ракеты Р-7.

Создание ракеты Р-7 (Семёрка) представляло собой одну из самых наиболее продвинутых технических достижений, когда-либо осуществлявшихся в нашей стране, а ее реализация вызвала бурное развитие многих отраслей науки, а в особенности техники. Благодаря этому появилась новая и достаточно значимая отрасль – Ракетостроение.

Именно эта ракета и её наземное оборудование явились основой для создания ракетно-космических комплексов типа «Восток», «Восход», «Союз» и «Молния». Многочисленные модификации Р-7 стартовали к далеким планетам, выводили на околоземные орбиты космические станции, в том числе и элементы действующей сегодня МКС, космические корабли и аппараты различного назначения.

Основоположителем русской космонавтики стал Константин Эдуардович Циолковский. Именно он создал теорию и её обоснование применения ракет для осуществления полётов в космос. Именно его труды дали толчок в развитии ракетостроения.

Чтобы понять как развивалась космонавтика, достаточно разобратся в наиболее важных событиях второй половины прошлого века.

Краткая последовательность:

– Четвертое октября 1957 года – запуск первого спутника – символизировал научно-технический прогресс страны и ее переход от аграрного государства.

– С ноября 1957 года стали регулярно запускаться ИСЗ, направленные на изучение астрофизики, природных ресурсов и метеорологии.

– Двенадцатое апреля 1961 года – первый полет человека в космос. Ю. А. Гагарин стал первым в истории, кто смог осуществить наблюдение за землей с орбиты планеты. Уже через месяц второй летчик сделал фото Земли.

– Создание пилотируемого космического корабля «Союз» для исследования природных ресурсов земли с орбиты.

– В 1971 году была запущена первая орбитальная станция, дающая возможность долгосрочного нахождения в космосе – «Салют».

– С 1977 года начал работать комплекс станций, что дало возможность совершать полет продолжительностью почти пять лет.

Важным событием в истории стал совместный полет советских и американских исследователей космоса, который произошел в 1975 году на космических кораблях «Союз» и «Аполлон».

Параллельно с изучением Земли, проводились и исследования других космических тел, в том числе и ближайших планет: Венеры и Марса.

В настоящее время современная космонавтика продвинулась довольно глубоко в изучении космического пространства, по сравнению с результатами советского периода. Поспособствовали этому новые и усовершенствованные технологии 21 века.

Благодаря разработкам современной науки и техники, пребывание в космосе не составляет проблем, не говоря уже о том, что и жизнь в космосе не является чем-то сверхъестественным, это вполне возможная и реализуемая на практике реальность. В настоящее время происходят довольно успешные полёты в космос, не говоря уже о том, что и фильмы снимают в космосе. А изучение небесных тел и объектов, производятся на высочайшем уровне.

В настоящее время, по сравнению с открытиями прошлого века, у человечества довольно существенно расширилось понятие космоса, понятие нашей планеты и вселенной в целом.

Благодаря освоению космоса, появилась возможность взглянуть на привычные законы физики и науки в целом, под другим углом.

Также отрасль космонавтики способствовало развитию не только ракетостроению, но и к освоению других, более сложных технологий.

Сегодня, космонавтика стала частью жизни человечества, даже если человек и не задумывается об этом. Например, спутниковое телевидение, интернет, мобильная связь, всё это, возможно только благодаря космической промышленности.

К основным направлениям изучения космоса относятся: околоземное пространство, Луна и отдалённые планеты.

Исследования и открытия учеными внесли бесценный вклад в общее изучение космоса и вселенной в целом, но всё же, многое осталось неизвестным. Ведь если попробовать представить, Вселенная необъятна и имеет внушительные размеры, о которых мы даже и подумать не можем.

Причины:

– Нет возможности заглянуть во все уголки вселенной, не смотря на прорыв технологий в 21 веке, человечество ещё не настолько продвинулось, чтобы создать такое оборудование, которое позволило бы облететь всю вселенную;

– Отсутствие информации, насколько огромная вселенная, каковы её размеры, единственное, что предоставляется возможным, это увидеть ближайшую часть вселенной, ту, которую может нам показать телескоп, но ведь это не всё, вселенная значительно больше.

В 2003 году, телескоп Хаббл получил самое дальнее изображение, на нём изображены самые дальние галактики, которые находятся от Земли на расстоянии в 13,2 миллиарда световых лет. С помощью современных технологий ученые могут делать открытия значительно быстрее, но это не говорит о скором изучении космоса и о его покорении.

Возможно, человечеству понадобится еще 1000 лет, а то и больше, чтобы с уверенностью сказать о том, что нам известно всё о космосе, в том числе и о том, что находится в Тёмной материи. Основными проблемами в развитие космонавтики определены:

– Столкновение космического корабля с метеоритом. Скорость движения метеоритов, которые мы видим на ночном небе, как «падающие звезды» в среднем в 50 раз выше скорости пули. Также немалую опасность представляют искусственные космические объекты, так называемый космический мусор, например, утерянные спутники, осколки взорвавшихся ракет, болты, кабели, которые вращаются вокруг земли. Захламление космоса и нежелание людей совместно решать эти проблемы, создаёт угрозу углубления конфронтации между странами. Например, уникальной орбитой, единственной для всех активно работающих спутников связи является геостационарная орбита. Однако на сегодняшний день из 1200 всяких объектов, находящийся на ней, только несколько сот – активно работающие спутники, остальное – «космический мусор» цивилизации. Это говорит о том, что в ближайшие 20 лет, при сохранении такой же интенсивности вывода спутников на геостационарную орбиту в конечном итоге будет исчерпан и уникальный ресурс и многократно возрастёт конкуренция за необходимое место на данной орбите.

– Неспособность физического тела человека адаптироваться к условиям открытого космоса. Экспериментальные полеты показали, что отсутствие гравитации пагубно влияет на здоровье человека. Год на Земле не убирает последствий полёта, т.к. в условиях невесомости теряется костная масса, нарушается жировой обмен, мышцы слабеют, и человек вернувшись в обычные условия существования, не может стоять на ногах, а сознание, порой, не выдерживая перепада, попросту отключается. Специалисты утверждают, что последствия продолжительного пребывания в космосе могут быть для человека весьма печальными: это

не только проблема с памятью, но и возможная потеря некоторых функций организма, связанных с процессом репродуктивности, возникновение раковых опухолей и многое другое.

– Выход в космос. Ныне космонавтика по-прежнему, как и 52 года назад опирается на ракетную технику, то есть выходить в космос человечество может пока только с помощью ракетных пусков. Сейчас космонавтика не имеет перспективных носителей, способных совершить новый эволюционный скачок в развитии этой отрасли.

Подводя итоги данной статьи можно понять, что человечество, благодаря космической промышленности продвинулось довольно далеко, но, к сожалению, не в освоении и изучении космического пространства. Смотри на тот процент, который человечество изучило и представить, насколько велики масштабы вселенной, можно сказать, что мы ничего не знаем о космическом пространстве. Но всё же, человечество сделало масштабный прорыв в данной отрасли, в дальнейшем будущем, жить в космосе может стать вполне реальным, ведь человечество и не думает останавливаться на достигнутом.

Литература:

1. <https://allatra-science.org/publication/problemy-kosmonavtiki-i-ih-reshenie>
2. <https://lfly.ru/na-skolko-protsetov-izuchen-kosmos.html>
3. <https://www.roscosmos.ru/6980/>

ИЗМЕНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА И МЕТОДАХ УПРАВЛЕНИЯ: ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ И ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Костюк И.В.,

аспирант 1 курса {Социологические науки}
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

В статье автор представляет обзор закономерностей развития социальной организации труда в XX веке и некоторые актуальные тенденции, характеризующие изменения в будущем. Автор рассматривает изменения в социальной организации труда во взаимосвязи с меняющимися в данном контексте ролями работников и менеджмента, а также методами управления, преимущественно применяемыми в организациях. Делается вывод о возрастающей необходимости внедрения и использования недирективных методов управления в современных организациях для обеспечения их готовности к успешному функционированию в меняющейся среде. Ключевые слова: социальная организация труда, научная организация труда, методы управления, методы управления.

Ключевые слова: социальная организация труда, научная организация труда, методы управления.

CHANGES IN SOCIAL ORGANIZATION OF LABOR AND MANAGEMENT METHODS: LOOKING TO THE PAST AND LOOKING TO THE FUTURE

Kostiuk I. V.,

1st year post-graduate student {Sociology}
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

In this article, the author presents an overview of the patterns of development of the social organization of labor in the twentieth century and some current trends that characterize changes in the future. The author considers changes in the social organization of labor in connection with the changing roles of workers and management in this context, as well as management methods that are mainly used in organizations. It is concluded that there is an increasing need to introduce and use non-directive management methods in modern organizations to ensure their readiness for successful functioning in a changing environment in the future. Key words: social organization of labor, scientific organization of labor, management methods.

Keywords: social organization of labor, scientific organization of labor, management methods.

Социальная организация труда с начала XX века развивалась по пути разделения труда и все более узкой специализации деятельности работников с одновременной стандартизацией процессов производства и выстраиванием уровней иерархии принятия управленческих решений. Это стало закономерным результатом индустриализации и реализации принципов научной организации труда Ф. Тейлора [6], доказавшей свою эффективность для роста продуктивности организаций. Благодаря работам Тейлора и его последователей организации смогли после короткого периода обучения получать готовых, относительно недорогих и легко заменяемых специалистов и наращивать производительность. В условиях мощного экономического кризиса и рецессии, работники, в целом, соглашались с такими условиями (оставляю за рамками этой короткой статьи вопросы, связанные со способами и формами взаимодействия работников и работодателей с целью защиты работниками своих прав и интересов).

Таким образом, для целей и задач массового производства роль работника оказалась сведена к аккуратному выполнению стандартизированных процессов, а в случае нештатной ситуации работник должен был обратиться за решением на уровень выше, к непосредственному руководителю. Мотивация человека к работе определялась прежде всего как заинтересованность в получении материального вознаграждения и личной экономической выгоды. Преимущественно применяемые методы управления директивны, то есть связаны с конкретными указаниями, инструкциями и высокой степенью надзора и контроля менеджмента за работниками. Структура организации, построенной на таких принципах, имеет вид иерархии с большим или меньшим числом уровней в зависимости от размеров организации и других специфических особенностей.

Стоит отметить, что такой подход к организации труда радикально отличается от принятого ранее в традиционных обществах, где работник в течение длительного времени осваивал ремесло, становясь мастером своего дела, изучая все аспекты и тонкости производственных процессов, а большая часть процессов не выходила за рамки организации (мануфактуры). В традиционных обществах население, в основном, было самодостаточным и самостоятельно обеспечивало свои потребности в еде, одежде и других предметах первой необходимости [5]. Сейчас же мы видим все возрастающую взаимную зависимость уже не просто отдельных людей предприятий или местностей друг от друга, но взаимозависимость целых стран.

По сравнению с традиционным подходом, научная организация труда продемонстрировала существенные преимущества для организаций (инвесторов): повышение эффективности организации за счет роста производительности при сокращении затрат на производство и персонал, ясность и прозрачность действий для работника в рамках выстроенных рабочих регламентов, полная ответственность работника за выполняемую работу, ускоренные темпы подготовки работников и быстрая замена выбывшего специалиста, и так далее. Однако, и недостатки оказались существенными. В частности, критики подхода указывали на деградацию и деквалификацию рабочих, поскольку знания о производственных процессах прочно перешли в руки менеджмента, а труд утратил свой первоначальный смысл и превратился в услугу для того, кто готов его купить, что не может не отразиться самым существенным образом на дальнейшем развитии всего общества [4].

Среди последователей Тейлора следует особенно выделить Генри Форда, быстро подхватившего идеи научной организации труда. Он пошел еще дальше, став одним из первых предпринимателей, понявших, что массовое производство требует массового сбыта продукции [5], и предпринявшего ряд мер для развития рынка сбыта в среде собственного персонала, в частности, с помощью существенного для своего времени и места повышения уровня доходов работников, а также использования специально обученных людей, пропагандирующих среди работников «достойный» уровень жизни. Сейчас мы назвали бы эту деятельность развитием потребностей клиентов на потенциальном рынке сбыта. Однако возможности и этой, модифицированной, системы производства и сбыта, оказались ограничены в конкурентной среде, поскольку скопировать ее было относительно легко, а рынок продолжал насыщаться.

Так или иначе, как в системе научной организации труда Тейлора, как и в ее более прогрессивной версии Форда, роль работника в производстве остается неизменной – это роль «детали механизма», исполнителя «услуги труда», не участвующего в принятии решений и улучшении производственных процессов, не заинтересованного в конечном результате, без какого бы то ни было персонализированного отношения к работе. Таков итог развития управленческих систем, построенных на основе разделения труда с узкой специализацией работников, низким уровнем доверия и высоким уровнем директивности и контроля со стороны руководства.

Следующим значимым этапом, начавшимся сравнительно недавно и повлекшим за собой изменения в организации труда, стал этап

«гибкого производства и массовой кастомизации» [5, с.896], наступивший с внедрением автоматизированного проектирования и других компьютерных технологий. Благодаря этому стало возможным массово производить кастомизированную (т.е. индивидуализированную для конкретного заказчика) продукцию без существенного увеличения затрат. В целом, для заказчиков и экономики это оказалось позитивным сдвигом, однако для работников это повлекло за собой увеличение нагрузки, связанной с выполнением более разнообразных, не рутинных задач, а также с необходимостью координировать производственные процессы для получения результата в срок.

Очевидно, что прогрессивные когда-то подходы прошлого века не отвечают в полной мере условиям изменившегося мира. Результатом продолжения использования только таких подходов в практике современных организаций без поиска новых способов построения отношений между персоналом и менеджментом становятся снижение результативности в долгосрочной перспективе, отсутствие вовлеченности и выгорание работников и руководителей, высокая текучесть кадров, низкий инновационный потенциал организации, снижение способности к принятию быстрых и эффективных решений в условиях меняющейся внешней среды.

Важными шагами вперед по сравнению с прежними системами низкого доверия и высокого уровня директивности и контроля стали изменения, направленные на повышение качественного взаимодействия между организацией и персоналом, снижение административного давления и рост вовлеченности работников в производственные и организационные процессы, поиск путей активизации внутренней мотивации работников и раскрытия их потенциала, формирование лояльности и приверженности человека своей работе [2], взаимодействие в области поиска лучших решений, частичное (а в некоторых новых структурах, и полное) делегирование ответственности за принятие решений, создание рабочих групп и кружков качества, а также временных коллективов для работы над проектными задачами (команд).

Так, командная форма организации труда для выполнения конечных проектов показала очень высокую эффективность по сравнению с обычной иерархической функциональной структурой. Часто в западных и современных отечественных источниках говорят о «синергетическом эффекте» при работе в командах, имея в виду значительный рост производительности в командах по сравнению с обычными коллективами. Однако командная организация приводит к росту производительности

не автоматически, и далеко не всегда. Изучение закономерностей формирования и развития высокопроизводительных команд вызывает в научном сообществе большой интерес, поэтому множество авторов посвятили свои исследования изучению работы в команде и условиям, при которых командная форма организации труда применима и дает наивысшие результаты. Среди наиболее известных исследователей Б. Такман [7, 8], Р.М. Белбин [1], Э.Эдмондсон [3] и другие.

Говоря о роли работника и отношениях между работниками и менеджментом, следует отметить тенденцию к их изменению с вертикально-иерархичных к более плоским, партнерским. Это связано с растущим уровнем цифровизации бизнеса, обеспечивающей свободу движения информационных потоков в организации и доступ к необходимой для принятия решения информации, с вымыванием благодаря развитию автоматизации и цифровизации целых профессий, не требующих высокой квалификации, с востребованностью специалистов высокого профессионального уровня, способных решать нестандартные задачи в условиях резких и значительных изменений, с потребностью самих специалистов вносить свой вклад через принятие решений в рамках своей компетенции, а также с меняющимся подходом к выбору места и формата работы. В современном мире человек стал куда свободнее в смене профессии, организации, места жительства. Организации же заинтересованы в том, чтобы привлекать лучших работников, помогать им в раскрытии своего потенциала и создавать условия для долгосрочного сотрудничества. Значит, все большее развитие должны получать недирективные, партнерские методы управления и развития персонала в организациях.

Новые формы социальной организации труда, такие как работа в удаленном формате, в дистанционных, распределенных и зачастую кросскультурных командах, стали уже нормой, особенно после пандемии COVID-19. По мнению специалистов Школы менеджмента Sloan Массачусетского технологического института [9], в постковидное время менеджеры сталкиваются с новой рабочей средой. Вот пять характеристик новых работников, которые они выделяют:

- они хорошо разбираются в данных;
- они комфортно себя чувствуют с искусственным интеллектом, машинным обучением и роботами;
- им необходимы полномочия, право голоса;
- у них есть стандарты и ожидания в отношении «хорошей работы»;
- им важна справедливость и отношение к окружающей среде.

Думаю, что эти характеристики в значительной степени могут быть применены и к России. Уже сейчас в наиболее успешных и развитых отечественных компаниях эти характеристики работников нового поколения обращают на себя внимание, что показывает выраженность тенденции во всем мире. И чтобы получить максимум от сотрудничества с такими работниками, организации совершенно недостаточно применять директивные методы управления. Они должны внедрять новые подходы, которые позволят выстраивать результативные и долгосрочные отношения с персоналом.

Литература:

1. Белбин Р.М. Типы ролей в командах менеджеров. [Text] / Москва: Нипро, 2013, - 232 с.
2. Херцберг Ф., Моснер Б., Снидерман Б. Мотивация к работе. [Text] / Москва: Вершина, 2007, - 240 с.
3. Эдмондсон Э. Взаимодействие в команде: как организации учатся, создают инновации и конкурируют в экономике знаний [Text] / Москва: Эксмо, 2016, - 320 с.
4. Braverman G. Labour and Monopoly Capital, N.Y., 1974. [Electronic resource]: <http://digamo.free.fr/braverman.pdf>
5. Giddens A. Sociology (6th edition, revised and updated with Sutton P.) [Text] / Cambridge, UK: Polity Press, 2006, - 1183 p.
6. Taylor, F. W. The Principles of Scientific Management, 1911. [Electronic resource]: <http://www.saylor.org/site/wp-content/uploads/2011/08/HIST363-7.1.3-Frederick-W-Taylor.pdf>
7. Tuckman B. Developmental sequence in small groups [Text] / Psychological Bulletin, 1965, Vol. 63, No. 6, p. 384-399
8. Tuckman B., Jensen M. Stages of Small-Group Development Revisited [Text] / Group & Organization Studies, December 1977, 2(4), p. 419-427
9. World Economic Forum. 5 traits of the workforce of the future, 2022 [Electronic resource]: <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/5-traits-workforce-future>

**РУССКИЙ КОСМИЗМ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**
Место и роль науки и технологий в решении
глобальных проблем современности

**Сборник трудов по материалам
VII Всероссийской научно-практической конференции,
22 декабря 2022 г.**

Подписано в печать 20.03.2023.
Формат 60×90/16. Усл. печ. л. 18,5.

ООО «Русайнс».
117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.
Тел.: +7 (495) 741-46-28.
E-mail: autor@ru-science.com
<http://ru-science.com>

