

Колонка главного редактора

Сергей Маленко,
Новгородский государственный
университет имени Ярослава
Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Sergey Malenko,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).



[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-9-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-9-19)

ОБРАЗЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ: ИСТОРИЯ, ПОВСЕДНЕВНОСТЬ, ГОРИЗОНТЫ

Дорогие читатели!

Редакция научно-практического сетевого издания «Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований / Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT) представляет Вам второй выпуск в текущем 2024 году. В номере представлены исследования особенностей потребительского мировоззрения, представленного в различных культурных и художественных практиках. Авторами выявляются наиболее яркие потребительские маркеры, наглядно

презентующие ключевые смыслы консюмеристской ментальности. Эти тенденции обуславливают существенную трансформацию современной культуры и позволяют выявить целый ряд актуальных социокультурных трендов, каждый из которых по-своему раскрывает многогранную природу постсовременности. Подобного рода исследования доминирующего сегодня потребительского формата индустрии впечатлений дают возможность зафиксировать основные особенности сложившихся антропологических практик и определить главные направления трансформации их политического и социокультурного менеджмента.

Рубрика «Рефлексии» со статьей челябинского философа Сергея Борисова «Вариативность мировоззренческого опыта: бриколаж vs «синяя таблетка»» знакомит читателя с обобщениями по поводу принципов организации мировоззрения, которые автор соотносит с бриколажем как сутью познавательного процесса. Он обоснованно утверждает, что бриколаж позволяет современному человеку полноценно встраиваться в изменяющийся мир и находить наиболее адекватные форы реализации своих желаний и жизненных целей.

Статья архангельских исследователей Татьяны Лефман и Екатерины Егоровой открывает рубрику «Традиции» и рассказывает читателям о методиках анализа современных кинофильмов, интерпретируемых как отражение диалогической природы человеческого сознания. Современные кинопрактики в пространстве массовой культуры во многом выстраиваются по

примеру «сюжетного твиста», что провоцирует зрителя на формирование комплекса игровых стратегий, развивающих его сознание. Отметим, что оригинальные авторские обобщения были сделаны на основании многолетних исследований студенческой аудитории, вычленении и характеристике особенностей ее восприятия остросюжетных популярных фильмов.

Новгородские авторы Андрей Некита и Сергей Маленко открывают серию статей, посвященных феномену Чебурашки, вновь актуализированному в пространстве современной экранной культуры в связи с одноименной экранизацией начала 2023 года. Они пытаются разобраться в природе небывалого коммерческого успеха этого фильма и утверждают, что в значительной мере он был обеспечен существенными трансформациями российского общества. Во многом это было обусловлено специальной военной операцией на Украине, которая с новой силой активировала ностальгию по советской культуре в современном российском обществе, что превратило этот образ в крайне востребованный идеологический маркер.

Софья Резвушкина из Челябинска вот уже много лет анализирует современные маркеры популярной и массовой культуры. В нашем издании она представляет промежуточные результаты своих изысканий. Опираясь на обширный визуальный материал современной массовой культуры, она совершенно справедливо утверждает, что образы котов и кошек перестают выполнять исключительно развлекательную функцию, превращаясь в полноценные и самодостаточные идеологические

конструкты, позволяющие воспроизвести модели поведения индивида в обществе потребления от рождения до самой смерти. Таким образом создается и транслируется идеологическая «котоматрица», наглядно и всесторонне выражающая стратегию гедонистической мифологизации социокультурного пространства. Она тотально включает в себя всю сущность пути современного Героя, заключающуюся, по мнению нашего автора во всеобъемлющей потребительской формуле: «от кормушки до лоточка».

Елена Семенова, директор Некоммерческого партнерства «Театр-ЭКС» из Москвы анализирует символику байкера в современной экранной культуре. На материале субкультуры «Ночные волки» автор утверждает возрастающее влияние на нее австрало-североамериканской серии постапокалиптических фильмов «Безумный Макс», а также дополнительное воздействие элементов народного фольклора, что обуславливает появление нового образа героя-воина и создание особой, так называемой «волчьей эпопеи». Комплексное осмысление подобных байкерских культурных практик закономерно и обоснованно осуществляется автором с опорой на целый ряд научных теорий.

Рубрика «Дело вкуса: впечатления коносьера» продолжает знакомить читателей с принципами мифопоэтической реальности вина. Олег Шевченко и Анна Дорофеева в этот раз исследуют особенности терруара Козской и Туклукской долин, миф которого веками складывался под влиянием пребывания в Судаке эллинов, генуэзцев и турок-османов. Авторы утверждают, что

винодельческая традиция на территории Солнечной Долины не прерывался никогда, что позволило сохранить более пятидесяти аборигенных сортов винограда, послуживших основой создания целого ряда уникальных историко-сказочных образов, неразрывно связанных с различными марками крымских вин.

Томские исследователи Анна Шавлохова и Александр Брагин в рубрике «Горизонты» изучают влияние технологических достижений на массового потребителя информации в актуальной сегодня цифровой форме. Они утверждают, что это обуславливает формирование образа будущего и особенности его презентации в социальных медиа. Ученые приходят к выводу о том, что сетевые образы воспроизводят повседневность с соответствующими ей ценностно-смысловыми установками, что непосредственно обуславливает формирование в обществе определенного эмоционального отношения к технологическому благополучию России.

И завершает второй номер издания рецензия Майрамгул Жумабаевой из университета Раштрия Ракша (Индия) на книгу Елены Хамдан «Учимся понимать русские новости». Индийская коллега представляет свое экспертное мнение по поводу учебного пособия, адресованного иностранцам, осваивающим русский язык на базовом уровне. Она особенно подчеркивает, что формирование языковой компетенции на основе современных медиаресурсов, которые, помимо аналитических форм освоения языка, предполагают формирование образного и эмоционального отношения к богатству иностранной, в данном случае, русской

речи, что и составляет, по справедливому мнению автора, основу эффективной межкультурной коммуникации.

Редакция сетевого издания выражает особую благодарность авторам выпуска за интересные и дискуссионные материалы. Несомненно, они найдут своего читателя и вызовут всплеск мнений, эмоций и образов, которые послужат дальнейшему изучению пространства культуры, как яркой и многообразной палитры современных индустрий впечатлений.

Для цитирования статьи:

Маленко, С. А. (2024). Образы потребительского мировоззрения: история, повседневность, горизонты. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 2(7), 9–19. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-9-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-9-19)

Editor-in-Chief's Column

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-9-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-9-19)

IMAGES OF CONSUMER WORLDVIEW: HISTORY, THE EVERYDAY, HORIZONS

Dear readers!

Editorial board of the scientific and practical online publication "Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies" (EISCRT) presents the second edition in the current year 2024. The issue presents research into the characteristics of the consumer worldview, represented in various cultural and artistic practices. The authors identify the most striking consumer markers that clearly present the key meanings of the consumerist mentality. These trends determine a significant transformation of modern culture and make it possible to identify several current sociocultural trends, each of which in its own way reveals the multifaceted nature of postmodernity. This kind of research into the dominant consumer format of the experience industry today allows recording the main features of existing anthropological practices and determining the main directions for the transformation of their political and sociocultural management.

The "Reflections" section with the article by Chelyabinsk philosopher Sergei Borisov "Variability of worldview experience: bricolage vs "blue pill"" introduces the reader to generalizations about the principles of worldview organization, which the author correlates

with bricolage as the essence of the cognitive process. He reasonably argues that bricolage allows a modern man to fully integrate into the changing world and find the most adequate ways to realize their desires and life goals.

An article by Arkhangelsk researchers Tatyana Lefman and Ekaterina Egorova opens the "Traditions" section and tells readers about methods for analyzing modern films, interpreted as a reflection of the dialogic nature of human consciousness. Modern film practices in the space of mass culture are largely built on the example of the "plot twist", which provokes the viewer to form a set of game strategies that develop their consciousness. It should be noted that the original author's generalizations were made based on many years of research of the student audience, identifying and characterizing the features of their perception of action-packed popular films.

Novgorod authors Andrey Nekita and Sergey Malenko open a series of articles devoted to the phenomenon of Cheburashka, actualized in the space of modern screen culture in connection with the film adaptation of the same name in early 2023. They are trying to understand the nature of the unprecedented commercial success of this film and argue that it was largely due to significant transformations of Russian society. This was largely due to the special military operation in Ukraine, which activated nostalgia for Soviet culture in modern Russian society with renewed vigor, which turned this image into an extremely popular ideological marker.

Sofya Rezvushkina from Chelyabinsk has been analyzing modern markers of popular and mass culture for many years. In our publication,

she presents the intermediate results of her research. Based on the extensive visual material of modern mass culture, she quite rightly asserts that images of cats cease to perform an exclusively entertainment function, turning into full-fledged and self-sufficient ideological constructs that make it possible to reproduce individual behavior patterns in a consumer society from birth to death. In this way, an ideological "cat matrix" is created and transmitted, clearly, and comprehensively expressing the strategy of hedonistic mythologization of the sociocultural space. It totally includes the entire essence of the path of the modern Hero, which, according to our author, consists in a comprehensive consumer formula: "from trough to tray".

Elena Semenova, director of the Non-Profit Partnership "Theatre-EX" from Moscow, analyzes the symbolism of the biker in modern screen culture. Based on the material of the "Night Wolves" subculture, the author asserts the growing influence on it of the Australian-North American series of post-apocalyptic films "Mad Max", as well as the additional influence of elements of folklore, which leads to the emergence of a new image of a warrior hero and the creation of a special, so-called "wolf epic". A comprehensive understanding of such biker cultural practices is naturally and reasonably carried out by the author, relying on several scientific theories.

The section "A Matter of Taste: Connoisseur's Impressions" continues to acquaint readers with the principles of the mythopoetic reality of wine. Oleg Shevchenko and Anna Dorofeeva explore the features of the terroir of the Koz and Tukluk valleys this time, the myth

of which was formed over centuries under the influence of the presence of the Hellenes, Genoese, and Ottoman Turks in Sudak. The authors claim that the winemaking tradition in the territory of the Sun Valley was never interrupted, which made it possible to preserve more than fifty indigenous grape varieties, which served as the basis for the creation of several unique historical and fairy-tale images inextricably linked with various brands of Crimean wines.

Tomsk researchers Anna Shavlokhova and Alexander Bragin, in the "Horizons" section, study the impact of technological advances on the mass consumer of information in today's digital form. They argue that this determines the formation of the image of the future and the features of its presentation in social media. Scientists conclude that network images reproduce everyday life with corresponding value and semantic attitudes, which directly determines the formation of a certain emotional attitude towards the technological well-being of Russia in society.

The second issue ends with a review by Mairamgul Zhumabaeva from Rashtriya Raksha University (India) on Elena Hamdan's book "Learning to understand Russian news". An Indian colleague presents her expert opinion on a textbook addressed to foreigners mastering Russian language at a basic level. She especially emphasizes that the formation of linguistic competence based on modern media resources, which, in addition to analytical forms of language acquisition, involves the formation of a figurative and emotional attitude to the wealth of foreign, in this case, Russian speech, which, in the fair opinion of the author, constitutes the basis of effective intercultural communications.

The editors of the online publication express special gratitude to the authors of the issue for interesting and controversial materials. Undoubtedly, they will find their reader and cause a surge of opinions, emotions and images that will serve to further study the space of culture, as a bright and diverse palette of modern experience industries.

For article citations:

Malenko, S. A. (2024). Images of the consumer worldview: history, the everyday, horizons. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 2(7), 9–19. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-9-19](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-9-19)