

Паниотова, 2019 – *Паниотова Т. С.* Кривые зеркала авангарда: утопические проекции советской цивилизации // Диалог со временем. 2019. № 69. С. 237-250.

Паниотова, 2022 – *Паниотова Т. С.* Утопический императив: от интенции к моделированию совершенного общества // Миры утопии : избранные труды / Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет, 2022. 352 с.

Романенко, Хвостикова 2023 – *Романенко, М. А., Хвостикова В.О.* Контуры будущего в советской градостроительной утопии // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии). 2023. № 4(26). С. 45-53.

Рочегова, Барчугова, 2016 – *Рочегова Н. А., Барчугова Е. В.* Эскизы Города Солнца и рисунки из дневника И. И. Леонидова как формальное воплощение представлений мастера об идеальном мироустройстве // АМІТ. 2016. №2 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eskizy-goroda-solntsa-i-risunki-iz-dnevnik-a-i-i-leonidova-kak-formalnoe-voploschenie-predstavleniy-mastera-ob-idealnom-miroustroystve> (дата обращения: 28.06.2024).

Троцкий, 1923 – *Троцкий Л. Д.* «О новой, социалистической семье и методах ее достижения» // "Правда" N 155, 13 июня 1923 г.

Хазанова, 1980 – *Хазанова В. Э.* Советская архитектура первой пятилетки : Проблемы города будущего // Москва : Издательство «Наука», 1980. 373 с.

Хан-Магомедов, 1996 – *Хан-Магомедов С. О.* Архитектура советского авангарда : В 2-х книгах : Книга первая. Проблемы формообразования. Мастера и течения / Москва : Стройиздат, 1996. 709 с.

Mumford, 1965 – *Mumford L.* Utopia, the City and the Machine // Daedalus, vol. 94, no. 2, 1965, pp. 271–92. URL: <http://www.jstor.org/stable/20026910>. (Accessed 24 Nov. 2024)

УДК 101.1:316 + 0.08.2

Бреслер М. Г.,

кандидат философских наук, доцент кафедры международных отношений, истории и востоковедения УГНТУ, руководитель цифровой междисциплинарной лаборатории конструирования будущего, Уфимский государственный нефтяной технический университет

Креативная индустрия когнитариата как источник развития Города будущего (на примере исследования молодежи г. Уфа с применением цифровой сервис-технологии MegaZ)

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-68-78

В статье рассматривается отношение российского когнитариата поколения цифрового общества к креативной (творческой) индустрии, которая является как местом удовлетворения потребности когнитариев в творческом труде, так и имеет важное значение для развития Города. На основании

информационно-коммуникационного подхода произведен социально-философский анализ когнитариата как социального класса и креативной индустрии – как области производственной деятельности когнитариата. Особое внимание уделено поколению российских когнитариев цифрового общества – поколению Z, их ценностям во взаимодействии с ценностями Города. В качестве эмпирического материала взяты результаты исследования по цифровой сервис-технологии MegaZ. Произведен социально-философский анализ данных. Прикладное значение исследований состоит в изучении ценностей молодого российского когнитариата, что позволит повысить эффективность взаимодействия с производственным социальным классом цифрового общества.

Ключевые слова: *цифровое общество, когнитариат, центинилы, город, городская администрация, сетевая коммуникация.*

Bresler M. G.,

*Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of International Relations, History and Oriental Studies of USPTU
Head of the Digital Interdisciplinary Laboratory of Designing the Future,
Ufa State Petroleum Technological University*

Creative industry of the cognitariat as a source of development of the City of the future (on the example of research of youth of Ufa by using digital service technology MegaZ)

The article examines the attitude of the Russian cognitive economy of the generation of the digital society to creative industry, which is as a place for meeting the needs of cognitive people in creative work, so it is important for the development of the city. Based on the information-communication approach, a social - philosophical analysis of the cognitive economy as a social class and creative industry as a field of cognitive economy's production activities has been produced. Special attention is paid to the generation of Russian digital society cognitarians - generation Z, their values in interaction with the values of the City. As an empirical material, the results of the research on digital service technology MegaZ are taken. Produced social - philosophical analysis of data. The applied value of research consists in studying the values of young Russian cognitive scientist, which will allow to increase the efficiency of interaction with the productive social class of digital society.

Keywords: *digital society, cognitive office, centainic, city, city administration, network communication.*

Креативная индустрия имеет важное значение для развития Города, что определяется как материальными, так и не материальными факторами. Эта отрасль не требует существенных инвестиций в создание рабочих мест.

Креативной индустрии присуща высокая рентабельность, так как цена определяется ценностью продукта в сознании потребителей. Социально-философскими причинами повышенного внимания к креативной индустрии является то, что эта отрасль создает информационный продукт и способствует развитию сети коммуникаций, то есть определяет ведущий ресурс общества. Креативная индустрия создает условия для развития, повышает ценность жизни в Городе, привлекает к нему благожелательное внимание инвесторов и др. Само понятие «креативная индустрия» появилось в конце 1990-х годов и включало в себя ряд отраслей, связанных с творческой интеллектуальной деятельностью [Ёрш, 2023]. Соответственно, к этой сфере относится множество отраслей с преобладанием информационной, символической составляющей [Бреслер, 2017]. По мере становления информационного/цифрового общества в России роль креативной индустрии растёт. Свидетельством чему стало принятие Федерального Закона № 330 – ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [Федеральный закон, 2024]. Государство, учитывая важность развития этой отрасли, определяет многочисленные меры материальной поддержки [Абанкина, 2022]. Но, по нашему мнению, меры материальной государственной поддержки не будут эффективными без создания благоприятного нематериального фона, «творческой атмосферы», без которой Город теряет привлекательность.

Методология

В данном исследовании нами применяется информационно-коммуникационный подход, рассматривающий структуру социальных коммуникаций между акторами акторно-сетевого взаимодействия в его кластерной парадигме. В рамках кластерной парадигмы общество рассматривается как множество взаимосвязанных и в то же время отграниченных, по принципу близости ценностей, сообществ. Сетевое взаимодействие свойственно взаимоотношению людей/группам людей, в том числе таким большим группам, как социальные классы. Мы придерживаемся классового подхода в отношении современного общества, в котором нет четкой дихотомии «буржуазии» и «пролетариата» в отличие от индустриального общества. Социальные классы владельцев информационного продукта и сетей коммуникации в высших слоях общества получают доход от интеллектуальной деятельности создателей информационного продукта и коммуникационных связей – когнитариата, а также от реализации продукта – потребителям информационного продукта – консьюмериа. При этом социальные классы из высших слоев общества в то же время зависят и от когнитариата, и от консьюмериа. Когнитариат может воспользоваться ресурсами владельцев, а может и самостоятельно продвигать продукты своего труда потребителям [Бреслер, 2024а]. Продвигая понятие когнитариата, мы считаем оптимальным выделить производящий класс в отдельную группу, не смешивая его в общую холическую агрегацию «креативного класса» [Флорида, 2007].

Социально-философский анализ в данном исследовании сопровождался анализом данных, полученных при исследовании городов Уфа и Стерлитамак

Республики Башкортостан с применением цифровой сервис-технологии MegaZ, разработанной в научно-исследовательской лаборатории «Конструирования будущего – Digital Future» Уфимского государственного нефтяного технического университета в рамках реализации программы «Приоритет 2030».

Сетевая солидарность когнитариата

Творческий труд когнитариата подвержен рискам информационного общества. Драматические истории маргинализации когнитариата после исключения из корпоративной среды, характерные для 1960-1970 годов [Cuter, 2021], реже оказывают серьёзное влияние на деятельность когнитариата, но, тем не менее, когнитариат испытывает зависимость от корпораций, давление от высшего класса владельцев информационного продукта [Cuter, 2023]. Экономические и политические процессы, оказывающие действия непреодолимой силы на планы отдельного человека/группы людей, не дают этим людям повода для оптимизма [Voulvouli, 2019]. Более того, творческий труд приносит не только радость, но переживания, психологические травмы [Berardi, 2004]. Эксплуатация интеллектуального труда не менее жесткая, чем эксплуатация физического труда [Roberts, 2019]. В настоящее время уже существуют судебные прецеденты, доказывающие вред некоторых видов когнитивной деятельности для психики, вплоть до развития посттравматического синдрома (ПТСР) [Pinchevski, A., 2023].

Осознание наличия рисков в творческой деятельности не становится препятствием для когнитариев поколения Z. Одним из важных инструментов преодоления негативных явлений является сетевая солидарность. Это понятие, возникшее как развитие теории Э. Дюркгейма о «механической» и «органической солидарности», предусматривает взаимодействие людей по принципу пребывания в одном сообществе, что подразумевает близость ценностей, идей и идеалов. С учетом этого люди готовы оказывать друг другу широкий спектр услуг. Взаимодействие участников одного сообщества в социальных сетях в исторической ретроспекции можно уподобить взаимодействию членов протестантских конгрегаций, описанных М. Вебером [Вебер, 2021]. Развитие информационно-коммуникационных технологий не только количественно ускорило процесс идентификации участников сетевого взаимодействия как членов сообщества, но и качественно изменило его. В процессе информационного обмена происходит создание/разрушение репутации в «реальном времени». Причиной сетевой солидарности, прежде всего в креативной индустрии, служит совместная творческая деятельность, соучастие в процессе сотворчества. Помощь и поддержка проявляются в эмоциональной реакции на публикацию в социальной сети, до оказания материальной помощи под гарантии сообщества, что в конечном итоге проявляется в продвижении интеллектуального продукта одного из участников либо в соучастии других участников в создании интеллектуального продукта. Сетевая солидарность позволяет поддерживать динамику информационного обмена, формирование и расширение структуры коммуникаций в сообществе. Ценность сообщества для участников выражается, в том числе, и в предпочтениях, которые участник

потенциально может получить в виде усиления своего имиджа, формирования репутации и комплекса нематериальной и материальной помощи от других членов сообщества. Сетевая солидарность когнитариата позволяет решать профессиональные вопросы трудоустройства, а также привлекать специалистов посредством нетворкинга и средства для развития собственных проектов (краудфантинг). Позволяет проводить реализацию созданной продукции напрямую потребителям, что важно особенно на ранних этапах развития бизнеса [Camilleri, Bresciani, 2022]. Наличие творческих сообществ в Городе является важным фактором привлечения когнитариата к креативной индустрии. Множество сообществ позволяет создать и расширить сеть коммуникаций, локализованную в Городе, создать в итоге «творческую атмосферу», укрепить сетевую солидарность когнитариев.

Востребованность обществом и властью

Сетевая солидарность укрепляет положение когнитариата в обществе. Современные когнитарии – свидетели пандемии Covid 19, финансовых кризисов, террористических атак и др. [Reyes, 2021]. Несмотря на это, среди молодого поколения преобладает позитивный взгляд на будущее [Keating, Melis, 2022]. Фактором укрепления моральной устойчивости когнитариата является востребованность, признание результатов труда не только в сообществе, но и в обществе в целом. Для работника креативной индустрии важно то, что общество заинтересовано в продукте его труда и готово менять его на финансовые и иные ресурсы. В представлении широких слоёв общества, не занятых в креативной индустрии или иных отраслях нематериального труда, нематериальный труд считается «легким» и не «несущим затрат». Сторонний наблюдатель видит лишь результат усилий наиболее успешных представителей когнитариата и возводит их в группу элиты «богемной буржуазии» [Брукс, 2013] или «персоналиата» [Давыдов, 2021], не раскрывая значительные усилия, которые предпринимают когнитарии в своей деятельности. Общество постепенно привыкает к мысли о важности творческого труда. В первую очередь из-за повышения интереса государства к креативным технологиям. Стимулируется и поощряется проведение многочисленных творческих конкурсов и фестивалей, выделяются на конкурсной основе гранты на развитие креативных индустрий, в первую очередь гранты Президентского фонда культурных инициатив и аналогичных структур в регионах.

Это очень важно, но недостаточно. При рассматривании креативной индустрии, прежде всего, как области производственной деятельности, необходимо выделить субъект – заказчика, инвестора, интересанта этой деятельности. Таковым, в наших реалиях, может и должен быть институт муниципальной/региональной власти. Муниципальная/региональная администрация ставит конкретные задачи, для решения которых выделяет бюджет. Творческая деятельность для когнитариата состоит в реализации профессиональных компетенций, в конечном счете в получении дохода от результатов труда. Творческая работа над крупным комплексным проектом

Города позволяет создать социальный поток взаимодействия когнитариата, расширить структуру коммуникаций.

Большой проект, в котором, разумеется, пройдя конкурсный отбор/тендер, может участвовать широкий круг создателей информационного продукта данной локации, с большой долей вероятности станет «ядром» формирования, системой сетевых коммуникаций в данной локации. В этом отношении муниципальный/региональный заказ имеет своё преимущество перед существующей в настоящее время системой грантового финансирования. При грантовой системе относительно небольшое число акторов получает финансирование предлагаемых ими проектов, где участники конкурса должны одновременно выступать в роли авторов, продюсеров, менеджеров проекта. Одновременно и создавать, и искать потребителей на свой проект. К сожалению, многие общественно-полезные проекты прекратили существование после окончания грантового финансирования. С другой стороны, система государственных заданий показывает интерес власти к определенным направлениям деятельности когнитариата и предусматривает гарантированную оплату созданного жителями Города продукта труда. Муниципальный/региональный институт власти выступает в роли заказчика/потребителя продукта творческой деятельности. При системной работе с расширением охвата креативных сообществ с большой долей вероятности будет происходить формирование социального потока когнитариата, что в свою очередь усилит устойчивое развитие Города. Надежды на будущее тесно связаны с развитием молодого поколения цифрового общества.

Молодые когнитарии российских городов

Изучение специфики ценностей молодого поколения цифрового общества позволяет прогнозировать развитие Города. По данным исследований Мартин Твенге [Twenge, 2023], поколение Z существенно отличается от предыдущих поколений, что связано с развитием информационно-коммуникационных технологий, цифровой среды, формирующей новый тип взаимодействия между людьми/группами людей. В первую очередь, поколение Z активно взаимодействует как в реальной, так и в цифровой среде, считая последнюю естественной средой обитания. Отечественные и зарубежные исследователи отмечают прагматизм поколения, стремление к поиску эффективных решений [Тазов, 2020] и склонность к творческому труду. При этом сам творческий труд часть центиналов считает «приятной частью труда», «привилегией», а часть «необходимостью». В то же время свидетельства о крайнем индивидуализме поколения Z [Блинов и др., 2019], по нашему мнению, связано с непониманием специфики центиналов. Их индивидуализм сочетается с готовностью оказать поддержку участникам своего сообщества, которое далеко не всегда соответствует рабочему коллективу или иной формальной агрегации. У поколения Z определяется склонность к самореализации, индивидуальному росту [Абдуллин, Лихолетов, Рябова, 2021], дискретная занятость, проектная форма работы, необходимость постоянного повышения квалификации и переобучения. В конкурентной среде, на рынке квалифицированного труда, в

качестве превалирующих показателей рассматриваются личные компетенции соискателя вакансии, немаловажным показателем является и репутация в профессиональном сообществе.

Исследование Лаборатории конструирования будущего Digital Future поколение Z (родившиеся в конце 1990 - начале 2000 годов) выявило многие специфические ценности поколения. Оказалось, что молодые люди относятся без предубеждения к различным видам искусства. Прагматично подходят к истории, проецируя глобальные события на судьбу своей семьи, на личностный опыт. Считают входящих в семейное сообщество друзей и соседей при наличии у них общих ценностей [Bresler, 2023].

В исследованиях ЦМНИ Лаборатории конструирования будущего Digital Future было выявлено парадоксальное явление. Респонденты, молодые российские когнитарики, декларировали любовь к родному Городу и, одновременно отмечали, что покинут Город, если будет возможность. Для изучения явления была создана программа для ЭВМ MegaZ 1.0, позволяющая производить регрессивный анализ с учетом кластеров, разделяющихся по ответам на ключевые вопросы. В данном случае имеющие прямое отношение к отношению к Городу. Респонденты, входящие в кластер №1 (K1), утверждают, что любят свой Город. Респонденты, входящие в кластер №2 (K2), отмечают, что готовы покинуть Город, устают от Города и его жителей.

Общим у этих кластеров есть стремление получать высокий доход, принести пользу обществу. Занятие предпринимательской деятельностью большинство предпочитает государственной службе. K1 декларировал любовь к родному городу, желание жить и работать в нем, признавал наличие в Городе «мест силы», а также хороших возможностей для занятий предпринимательской деятельностью, в том числе и в области креативной индустрии. Центиналы K2 высказывали более критическое отношение к Городу. Общий анализ ответов по другим опросам, обработанный программой для ЭВМ MegaZ 1.0, показал, что на решение респондентов K1 влияют материальные факторы. Им важно наличие инфраструктуры, креативных пространств, уровня оплаты их компетенций. Для респондентов K 2 важны такие нематериальные факторы, как «творческая атмосфера», то есть наличие креативных сообществ, возможности обучения творческим профессиям.

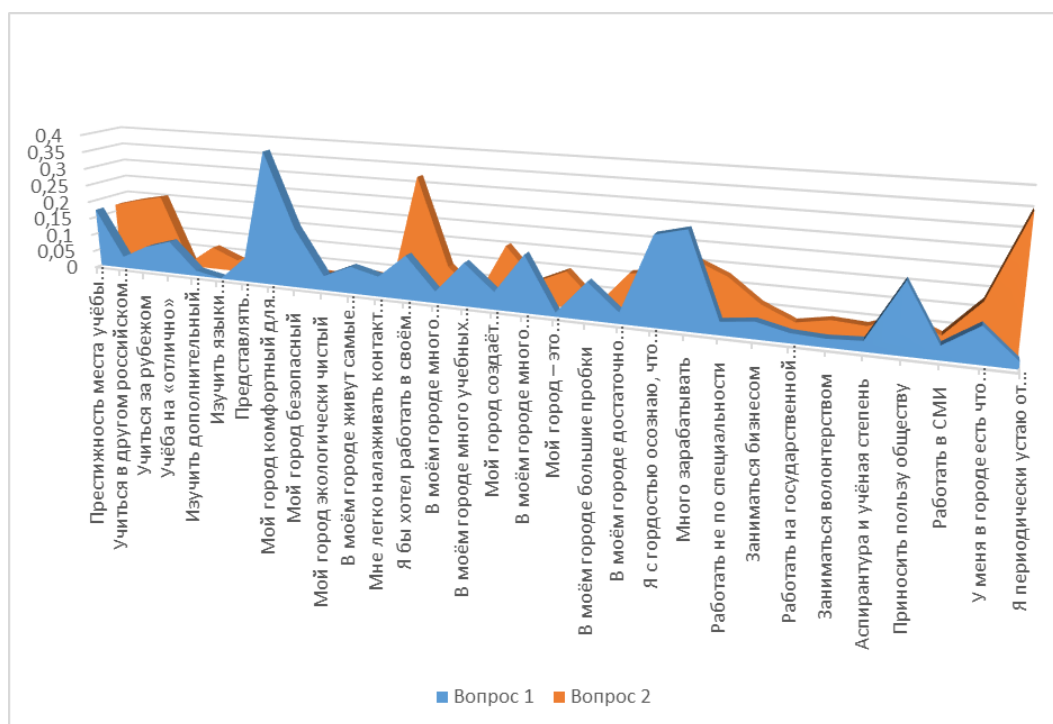


Рис.1 По вертикали коэффициент корреляции, по горизонтали уровень корреляции ответов по отношению к ответам на ключевые вопросы в кластерах К1 и К2 (исследование Лаборатории конструирования будущего, 2024г., с активным участием Автора)

Данные исследования, проведенного в пяти городах Республики Башкортостан, оказались схожими с подобным исследованием, проведенном в городе Санкт-Петербург среди студентов СПбГУ. Несмотря на существенные специфические отличия условий развития творческой деятельности в малых городах региона и столичном городе, были выделены два кластера, различающихся по ответам как на ключевые вопросы (К1 «Люблю свой город», К2 «Хочу уехать из Города при возможности»), так и на другие вопросы анкеты. В то же время респонденты как культурной столицы, так и малых городов России выражали желание работать в отраслях креативной индустрии, развивать творческие навыки, как с целью самоактуализации, так и с целью получать доход от творческой деятельности. Существенная часть высказывалась за развитие креативных сообществ города как агрегаций, способствующих творческому росту и активности информационного обмена идеями и мнениями.

Выводы и дискуссия

Социальные группы поколения цифровой эпохи российского когнитариата имеют большой потенциал для развития городов и регионов нашей страны. Сформированные цифровой средой, с развитой российской социокультурной идентичностью они рассматривают свою творческую деятельность как деятельность, приносящую пользу обществу. Они прагматичны, но в то же время не чужды альтруизма. Индивидуализм как забота о личной самоактуализации и карьерном росте сочетается с сетевой солидарностью и готовностью оказать помощь согражданам. Творческий труд, приносящий личные материальные (доход) и нематериальные блага (удовольствие, радость открытия) является неотъемлемой частью деятельности когнитариата. Стремление к поиску

эффективного решения, свойственное поколению Z, привлекает к креативу (творчеству) молодое поколение. Важно понимать, что поколение Z – первое поколение, компетенции которых в области технологий цифровой среды выше, чем у представителей старших поколений. В связи с чем для повышения эффективности работы с молодым поколением необходимо принимать во внимание их специфические ценности и приоритеты, адаптировать социальные процессы под ценности цифрового общества. Сложность изучения ценностей поколения Z состоит в учете различных кластеров. Часть ценностей которых совпадает, а часть различна. Преимущество получает кластерный, а не холистический подход. Ценности различных кластеров имеют важное значение, и их адаптация к устоявшимся в обществе аксиальным факторам служит развитию структуры коммуникаций как в отдельных сообществах, так и в социальных потоках в целом.

Заключение

Проведенное исследование является частью проекта по изучению поколения Z. Дальнейшее развитие цифровой сервис-технологии Mega Z позволит применять технологию к исследованиям вопросов адаптации молодых специалистов в компаниях, а также к вопросам развития социокультурной идентичности.

Ограничение исследований: Автор принимает ограниченный характер исследования муниципальным уровнем одного региона. В дальнейшем планируется провести аналогичные исследования в нескольких регионах России, что позволит провести сравнительный анализ.

Финансирование: статья подготовлена в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», стратегический проект «Новая среда жизни», проект «Социогуманитарное конструирование будущего: мегаполис для поколения Z (цифровой сервис-технология “Mega-Z”)» на базе созданной в УГНТУ цифровой междисциплинарной лаборатории конструирования будущего Digital Future. Регистрационный номер НИОКТР 123050400001-6.

Благодарности: автор выражает благодарность доктору политических наук, профессору О.В. Поповой за бесценную помощь в проведение исследования в СПбГУ, ценные рекомендации, а также руководству кафедры, института и университета за создание условий, благоприятствующих научной деятельности.

Список литературы

Абанкина, 2022 – *Абанкина Т. В.* Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации, 2022. 2 (54). С. 222-229.

Абдуллин, Лихолетов, Рябова, 2021 – *Абдуллин А. Г., Лихолетов В. В., Рябова, И. Г.* Самоопределение и самореализация молодежи России: социально-нравственные и психолого-педагогические аспекты проблемы. Интеграция образования, 2021. 25(3 (104)). С. 440-462.

Блинов, 2019 – *Блинов В. И.* Цифровая дидактика профессионального образования и обучения (ключевые тезисы) / В. И. Блинов, Е. Ю. Есенина, И. С. Сергеев // Среднее профессиональное образование. 2019. 3. С. 3-8.

Бреслер, 2017 – *Бреслер М. Г.* Аксиальный фактор в социальных процессах информационного общества: философский анализ / М. Г. Бреслер // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2017. 2(136). С. 105-109.

Бреслер, 2023 – *Бреслер М. Г.* Специфика российского когнитариата поколения Z // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2023.7(2). С. 141-153.

Брукс, 2013 – *Брукс Д.* Бобо в раю. Откуда берется новая элита. М.: Ад Маргинем Пресс. 2013.

Вебер, 2021 – *Вебер. М.* Протестантская этика и дух капитализма. /пер. с нем Левина М. И. – М.: Издательство: АСТ, 2021. 352 с.

Давыдов, 2021 – *Давыдов Д. А.* Посткапитализм и классовая трансформация в современном обществе: от класса-освободителя к новому антагонизму? // Социологические исследования. 2021. № 6. С. 3-13.

Ёрш, 2023 – *Ёрш А.В.* О понятии креативных индустрий // Закон.ру. 2023. URL: https://zakon.ru/blog/2023/08/18/o_ponyatii_kreativnyh_industrij (дата обращения: 12.09.2024).

Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2024611646 Российская Федерация. Цифровая сервис-технология MegaZ: № 2024610254: заявл. 10.01.2024: опубл. 23.01.2024 / Д. И. Герасимова, В. Е. Семенов; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет».

Тазов, 2020 – *Тазов П. Ю* Вопросы цифрового обучения и методы повышения эффективности обучения цифрового поколения в условиях цифровой среды. Современные наукоемкие технологии, 2020. 6 (2). С. 385-391.

Федеральный Закон № 330 – ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» 8.08.2024

Флорида, 2007 – *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. 421 с.

Berardi, 2001 – *Berardi F.* La fabbrica dell'infelicità. New economy e movimento del cognitariato. Untranslated: The Factory of Unhappiness: New Economy and Movement of the Cognitariat. Rome: DeriveApprodi, 2001.

Bresler, 2023 – *Bresler M.* Specifics of perception of historical and cultural heritage by generation Z in the conditions of network existence // E3S Web of Conferences : EBWFF 2023 . EDP Sciences, 2023. P. 186.

Camilleri, Bresciani, 2022 – *Camilleri M. A., & Bresciani S.* Crowdfunding small businesses and startups: a systematic review, an appraisal of theoretical insights

and future research directions. *European Journal of Innovation Management*. 2022. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

Cuter, 2021 – *Cuter E*. It's a Hard Life for the Cognitariat: How Lizzani's 1964 Film Depicts Precarious Intellectual Labor. *Image & Narrative*, 2021. 22(3). P. 36-49.

Cuter, 2023 – *Cuter E* Autofiction of the cognitariat: self-criticism of a bourgeois dog. *International Journal of Film and Media Arts*. 2023, 8(2). P. 70-88.

Keating, Melis, 2022 – *Keating A., Melis G*. Youth Attitudes Towards Their Future: the Role of Resources, Agency and Individualism in the UK. *Journal of Applied Youth Studies* 5, 2022. P. 1-18.

Pinchevski, 2023 – *Pinchevski A*. Social media's canaries: content moderators between digital labor and mediated trauma. *Media, Culture & Society*, 45(1). P. 212-221.

Reyes, 2021. – *Reyes A*. Mapping a Precarious Ethics in the COVID-19 Pandemic: Semiocapitalism, the "New" Cognitariat, and Chaosmosis. *KRITIKE: An Online Journal of Philosophy*, 2021. 15(3). P. 120-146.

Roberts, 2019 – *Roberts S*. Behind the Screen: Content Moderation in the Shadow of New Media. New Haven, CT: Yale University Press. 2019. 292 p.

Twenge, 2023 – *Twenge J.M*. Generations. The real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents – and what they mean for America's future. New York: Atria books, 2023

Voulvouli, 2019 – *Voulvouli A*. The vicious circle of precarity: cognitariats in the era of austerity and authoritarianism. *Social Anthropology/Anthropologie sociale*, 2019 27(S2). P. 48-62.

УДК 316.42

Языкеев А. Н.,
аспирант,

Российский государственный социальный университет, Москва

Символы прошлого и образы будущего в стратегиях туристического развития территорий

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-4-78-88

В статье рассматривается роль персонализированных образов в брендинге территорий. На примере социологических исследований, проведенных в разных городах и регионах, демонстрируется значимость исторических личностей и архитектурных объектов в символьном поле городов, а также возможности их использования в стратегиях туристического развития территорий. Работа демонстрирует, как образы прошлого, трансформируясь, могут формировать основу для видения будущего. Отдельно рассмотрены