

ИССЛЕДОВАНИЯ И СТАТЬИ

ХРИСТИАНСКОЕ
ОСМЫСЛЕНИЕ
ФОРМИРОВАНИЯ
ДОБАВЛЕННОЙ
СТОИМОСТИ В СФЕРАХ
НЕМАТЕРИАЛЬНОГО
ПРОИЗВОДСТВА И УСЛУГ

Роман Александрович Торгашин

кандидат экономических наук
директор радиостанции «Радио ВЕРА»
студент Московской духовной академии
107553, г. Москва, ул. Б. Черкизовская, 17, корп. 2
roman@torgashin.ru

Для цитирования: Торгашин Р. А. Христианское осмысление формирования добавленной стоимости в сферах нематериального производства и услуг // Практис. 2025. № 2 (19). С. 13–40.
DOI: 10.31802/PRAXIS.2025.19.2.001

Аннотация

УДК 348.42

Данный материал является продолжением серии публикаций автора, посвященных проблематике христианского осмысления современных экономических явлений. На основе ретроспективы исторических изменений в хозяйственной жизни человека раскрывается теоретическая основа возникновения брендов и формирования медиа, как институтов монетизации человеческого внимания. Указывается связь этих институтов с формированием общественной морали и с эксплуатацией греховной природы человека. Описываются конвергенция этих явлений с изменениями в демографической сфере, а также нравственные последствия урбанизации, закладывающие опасные общественные тенденции, формулируются задачи государственного регулирования информационной среды, постулируется роль Русской Православной Церкви в противостоянии греховному информационному развитию.

Ключевые слова: нематериальное производство, бренды, природа медиа, смена технологических укладов, урбанизация, демографический переход, эксплуатация греха, медиа аскеза, Русская Православная Церковь.

Christian Perspective Over Intangible Industries Value Generation

Roman A. Torgashin

PhD in Economics

Director of "Radio VERA"

Student of the Moscow Theological Academy

17 B. Cheryozhkovskaya St., Bld. 2, Moscow 107553, Russia

roman@torgashin.ru

For citation: Torgashin Roman A. "Christian Perspective Over Intangible Industries Value Generation". *Praxis*, № 1 (19), 2025, pp. 13–40 (in Russian). DOI: 10.31802/PRAXIS.2025.19.2.001

Abstract. This material continues the author's series of publications devoted to the Christian understanding of contemporary economic phenomena. Drawing on a retrospective of historical changes in human economic life, the article reveals the theoretical basis for the emergence of brands and the development of media as institutions for monetizing human attention. The connection between these institutions and the formation of public morality and the exploitation of human sinful nature is highlighted. The convergence of these phenomena with demographic changes is described, as well as the moral consequences of urbanization, which are driving dangerous social trends. The objectives of state regulation of media are formulated, and the role of the Russian Orthodox Church in countering the sinful development of the information sphere is postulated.

Keywords: intangible industries, brands, media, techno-economic paradigm, waves of innovation, urbanization, demographic transition, sinful media, media asceticism, Russian Orthodox Church.

Введение

В XX веке в мировой экономике произошли значительные системные изменения. В результате второй промышленной революции¹, основанной на широком внедрении прорывных технологий в металлургии, энергетике, строительстве и транспорте к началу XX века сложились условия для очередного технологического рывка и очередной, уже четвертой смены технологического уклада.

Сама концепция смены технологических укладов рассматривается как развитие и продолжение теории длинных волн Кондратьева, а термин «технологический уклад» стал использоваться в отечественной экономической науке как перевод или аналог понятий «волны инноваций»², «технико-экономической парадигмы» и «технического способа производства». Считается, что он был предложен в 1985 году советскими экономистами Д. С. Львовым и С. Ю. Глазьевым в статье «Теоретические и прикладные аспекты управления НТП»³, в понимании близком к Шумпетеровскому определению технологических волн.

Этот термин прижился, характеризуя несколько взаимосвязанных и последовательно сменяющих друг друга поколений техники, эволюционно реализующих общий технологический принцип, или уклад сферы производства и экономических отношений со всеми присущими ей явлениями (распределением доходов, технологиями, организационными и управлеченческими методами).

Соответственно вторая половина XX века характеризовалась переходом к пятому технологическому укладу, основанному уже на использовании информационных технологий.

Эти достаточно фундаментальные изменения в мировом хозяйстве серьёзно затронули не только сугубо производственные отношения, но и явились драйвером изменений в гуманитарной сфере. Это было связано с развитием нематериальной сферы, как экономического фактора, появлением теорий и экономических моделей управления потребительским поведением. Потребность в таких механизмах возникла в силу успехов индустриализации, радикального повышения

- 1 Hull J. The Second Industrial Revolution: The History of a Concept // *Storia Della Storiografia*. 1999. Issue 36. P. 81–90.
- 2 Блауг М. Шумпетер, Йозеф А. // Он же. 100 великих экономистов до Кейнса. СПб., 2008. С. 333.
- 3 Глазьев С. Ю., Львов Д. С. Теоретические и прикладные аспекты управления НТП // Экономика и математические методы. 1985. № 1. С. 793–804.

производительности труда, формированием как многочисленных ситуаций перепроизводства, так и общего усиления торговой конкуренции. В конкурентной борьбе одним из ключевых факторов успеха становятся репутационные аспекты, которые начинают формировать новые экономические институты. Христианскому осмыслиению этих институтов и посвящена данная работа.

В частности, рассматриваются формы влияния на общественное мнение и формирование добавленной стоимости в нематериальных сферах, в том числе в умах и сердцах потребителей и пользователей.

Поднимаются вопросы понимания природы медиа, манипуляций и экономической борьбы за сознание людей, восприятия людей как главного экономического ресурса постиндустриальной экономики.

Масштабные экономические и политические изменения XX века привели к фундаментальным изменениям и в социальной жизни людей, в т. ч. к системной урбанизации. Понимание городского уклада жизни, нравственных причин и последствий «демографического перехода» тоже находится в проблемном поле работы.

Формирование добавленной стоимости в нематериальных экономических процессах

Еще в первой половине XIX века капитализм столкнулся с первыми кризисами перепроизводства, или по-другому — кризисами сбыта. Но и до этого многие продавцы товара стремились добиться приверженности своих клиентов и потребителей. Еще задолго до индустриализации в торговле и потребительском производстве формировался институт деловой репутации.

Промышленная революция, подстегнувшая рост производительности труда привела к росту конкуренции производителей и необходимости вести конкурентную борьбу за потребительских выбор. Это совпало с развитием печати — массовым ростом выпуска тиражных газет и журналов, т. е. с появлением медиаиндустрии. Важную роль сыграл и рост урбанизации, с появлением «анонимного рынка» городов. На стыке трех этих явлений в экономике начали формироваться новые репутационные институты — бренды (от англ. *клеймо, марка*).

Первые прообразы брендов появились ещё в древности, когда ремесленники и торговцы стали помечать свои товары особыми знаками. Например, в Древнем Египте и Месопотамии, еще в 3000–2000 гг. до Р.Х., гончары ставили клейма на изделиях, указывая на производителя.

Известны метки на кирпичах и керамических изделиях мастеров, найденных в Уре, датированные примерно 3000 г. до Р.Х.⁴

В Римской империи производители вина и оливкового масла маркировали амфоры, чтобы отличать свою продукцию и указывать географическое происхождение своих товаров. Ремесленники средневековых гильдий X–XV веков использовали печати и гербы как гарантию качества. Существовали цеховые марки (нем. «Zunftzeichen»), такие как, например, клеймо нюрнбергских оружейников.

Эти метки, ранниеproto-бренды, выполняли простые функции: идентифицировали производителя и защищали от подделок, служили идентификаторами уже упомянутого института деловой репутации. Относительно этого периода можно говорить о переходе от индивидуальных к коллективным брендам, основанным на институциональном доверии, как атрибуте первого технологического уклада. И уже этот период XVI–XVII вв., вплоть до первого технологического уклада знаменовался развитием меркантилизма и глобальной торговли. Появились торговые марки колониальных товаров (чай, табак, специи) — например, британская Ост-Индская компания маркировала свои грузы.

Появились и эволюционировали первые законы о товарных знаках: начиная с английского «Хлебного акта» («Bread Act» 1266 г.) об обязательной маркировке пекарен, до французского закона о защите торговых марок 1857 г.

Уже упомянутая промышленная революция, сформировавшая в XIX второй технологический уклад, привела к созданию брендов, которые смогли пережить смены последующих укладов и существуют по сей день. Например, обувь Bass & Co (1876) — первый зарегистрированный товарный знак Великобритании, бытовая химия Procter & Gamble (1837), одежда Levi's (1873), напитки Кока-Кола (1886) и многие другие.

В сочетании с развитием печатных средств массовой информации, зародилась экономическая модель «монетизации человеческого внимания». Она построена на том, что бренд стал выступать экономической суммой физических свойств товара и его репутации, т. е. представлений о товаре в голове его потребителя. Формирование этих представлений стало доступно через печатные СМИ, которые стали зарабатывать не только на своём физическом распространении (продаже),

4 Месопотамская пробирная бирка с символом «EN», означающим «Мастер», на обратной стороне таблички с языческими символами, относимая к культуре Урука, датированная около 3000 г.до Р.Х. хранится в музее Лувра, за № АО 7702. См. также: Египетско-месопотамские отношения // Ru-wiki.URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Египетско-месопотамские_отношения.

но и на размещении рекламы товаров и услуг. То есть в структуре затрат производства и услуг, появились вполне материальные расходы на целенаправленное формирование их репутации путем воздействия через медиа на большие аудитории, в том числе и на территориально удаленные. А расходы, будучи сконцентрированными в каком-либо объекте, как известно, формируют актив.⁵ Так, в экономике стали формироваться нематериальные активы. Эта модель подстегнула и развитие средств массовой информации, и дальнейшую индустриализацию.

Когда к развитию транспорта (железных дорог и самоходного флота) добавились и средства связи (телефон и радио) доля нематериальных активов в экономике стала нарастать как снежный ком. И уже в рамках четвертого технологического уклада, они привели к формированию мощнейших институтов влияния на общественное мнение через рекламную индустрию и теперь уже электронные СМИ. Во многом именно развитие сферы нематериального производства стало определяющим в следующем технологическом сломе и переходе к пятому технологическому укладу. Тенденция глобализации усилилась не только развитием авиационного и автомобильного транспорта, но и развитием глобальных коммуникаций, построением наднациональных СМИ и международных брендов.

Можно сказать, что пятый технологических уклад, отождествляемый с постиндустриальной эпохой, привел к созданию экономики, где ключевым ресурсом, за который развернулась борьба экономических и политических агентов стало человеческое внимание. Здесь уже в политологическом смысле уместно построить ретроспективу общественно-экономических систем по критерию ключевого ресурса формирования добавленной стоимости.

Так, в доиндустриальную эпоху ключевой сферой экономики было сельское хозяйство. Главным лимитирующим ресурсом соответственно была земля и её плодородие. Именно за неё шла и экономическая конкуренция и войны. Соответственно господствующей социальной группой были землевладельцы (феодалы). Вокруг землевладения складывались и экономические и социальные (феодальные) отношения.

В индустриальную эпоху, когда вопрос пищевого выживания стал уступать удовлетворению других материальных потребностей, главной сферой экономики стала промышленность. Ключевым ресурсом стал капитал, а собственники капитала (капиталисты, финансовая олигархия) стали господствующей социальной группой.

5 См. Торгашин Р. А. Торговые марки как генераторы и носители добавленной стоимости. М., 1999.

В постиндустриальной экономике наибольший объем добавленной стоимости стал производиться в сфере услуг — она стала главной экономической сферой. Здесь человеческое сознание стало доступно для массовых манипуляций и ключевым ресурсом стала информация — возможность её производить и распространять. Соответственно, «элитариями» стали собственники информационных ресурсов.

И здесь, в рамках пятого технологического уклада мы вошли в т. н. фазу постэкономического⁶ общества, где основным дефицитным ресурсом стало человеческое внимание, как точка возникновения добавленной стоимости большинства транзакций. Соответственно ключевой сферой экономики стали медиа и информационные технологии, завоёвывающие и монетизирующие внимание и время человека — потребителя информации. На этом этапе экономика, основанная на труде, стала уступать по эффективности процессам, основанным на творчестве (отсюда термин «постэкономический»). В этих реалиях социальное господство в буквальном смысле стали обретать «владельцы умов». Можно смело утверждать, что в наше время фраза Ф. М. Достоевского «...Тут дьявол с Богом борется, а поле битвы — сердца людей»⁷ из образа в рассуждениях героя (Димитрия Карамазова) о природе красоты стала описывать буквальное явление не только в сфере духовности, но и в сфере экономики.

Сама модель конверсии медиа-потребления в удовлетворенность и лояльность (как источники ценности) была сформулирована Уильямом Таунсендом в 1924 г⁸., и широко известна специалистам как AIDA, по английским названиям уровней конверсии:

- Awareness — знание
- Interest — интерес (релевантность)
- Desire — желание/предпочтение
- Action — действие, покупка

Модель предполагает поведенческую конверсию по воронке «знаю — интересуюсь — предпочитаю — покупаю» с последующей конверсией в приверженность, если итоговый клиентский/покупательский опыт оказывается положительным.

⁶ Впервые термин в русский научный оборот введен в книге: Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. М., 1998. К сожалению, в своей дальнейшей карьере автор уклонился в сферу политики, оказался в стане политических и идеальных оппонентов традиционной духовности, и в настоящее время внесен в РФ в реестр иностранных агентов.

⁷ Достоевский Ф. М. Братья Карамазовы. М., 2002. Кн. 3. Гл. III.

⁸ Townsend W. W. Bond Salesmanship. New York, 1924. P. 24.

В современной экономике каждый слой этой воронки достигается через информационное воздействие на человека и формирует некоторую добавленную стоимость, которая монетизируется как через многочисленные прямые торговые бизнес-модели, так и через производные финансовые инструменты торговли «ожиданиями».

При этом чем более конкурентна категория, чем ближе к друг другу физические свойства товара, тем большую роль стали играть коммуникации эмоционального характера. Так уже в XX веке бренды стали не просто метками товарной идентичности, но и носителями определенных идей, ценностей и стиля жизни. В результате рыночный выбор во многих категориях товаров стали определять не только акценты на их потребительских свойствах, сколько атрибуты имиджа, которые покупатели стали проецировать на себя. Реализуя демонстративное потребление, люди с помощью брендов стали демонстрировать свой социальный статус, принадлежность к той или иной системе ценностей, идеологии или социальной группе.

Итак, можно констатировать, что в XXI веке в экономиках промышленно развитых стран, или точнее, в странах и территориях, перешедших к урбанизированному типу хозяйства (а это более 90 % мирового ВВП), сложились институты создания нематериальных активов, которые непосредственно не являются произведениями какого-либо вида искусства, но столь же серьезно влияют и на поведение больших групп людей, и на само искусство. Рекламная модель монетизации человеческого внимания стала сама по себе формой манипуляции пользовательским поведением, с одной стороны, а с другой стороны, выступая проводником воли «заказчика», стала оказывать сильнейшее воздействие на искусство и медиа. Причем эти манипуляции поведением аудитория принимает вполне добровольно, без особого принуждения, добровольно подчиняя свои мысли определенным нарративам.

С христианской точки зрения мы можем констатировать, что сама по себе модель формирования репутации у определенных товаров и услуг не противоречит букве и духу Священного Писания. В конце концов, в здравой форме она помогает человеку принимать осмысленные хозяйствственные решения к его собственному благу и благу ближних.

Однако когда эта модель, будучи еще усиленной через «линзу» медиаиндустрии, оказывается в руках страстьми мотивированных людей и раскатывается на аудиторию, не вооруженную христианскими ценностями и добродетелями, прежде всего, рассуждения, нестыжания, воздержания и, наконец, следования Первой заповеди

Богопочтания⁹, то мы видим, как запускается и раскручивается маховик разрушительного колеса умножения человеческих страстей, в масштабах целых стран и континентов.

В отсутствие «тормозов», или говоря научным языком, отрицательных обратных связей, она выросла в систему, задачей которой, ради извлечения прибыли, является захват и максимальное удержание человеческого внимания, с вытеснением из него созидательных и познавательной деятельности человека, и конечно с отрывом его от Богообщения. Медиа с самого своего появления стали эксплуатировать для этого человеческие страсти, потакая им и разжигая их¹⁰. А в последнее время и этого мало: медиа включились в конкуренцию и с физиологическими потребностями человека — сном и физической активностью¹¹.

Однако картина этой, по истине, глобальной духовной угрозы человечеству будет не полной без раскрытия природы и роли медиа.

Экономическая природа медиа. Люди — новая нефть. Понимание природы медиа

Современные медиа (от лат. *media* — «средство», или *medium* — «посредник») — это не просто газеты, телевидение или Интернет. Это сложная экосистема, включающая в себя все возможные способы передачи, хранения и интерпретации информации.

Первыми медиа можно считать ещё средства коммуникации древности: наскальные рисунки, глиняные таблички, устные предания. С развитием человечества медиа эволюционировали, и сегодня мы имеем дело с глобальной сетью, где каждый может быть одновременно и потребителем, и создателем контента.

Можно сказать, что, процесс все ускоряющегося развития медиа начался в эпоху появления печати (XV век) — изобретение Гутенберга сделало процессы передачи знаний более доступными. Многие исследователи считают, что это подстегнуло Реформацию и научные революции позднего средневековья¹². С этого времени развитие медиа было

9 Я Господь, Бог твой, да не будет у тебя других богов перед лицом Моим (Исх.20:2).

10 Подробнее тезис расширяется далее. См. ниже, стр. 15.

11 См. видеозапись выступления: Ковалчук С., Баланова С. Выступление на сессии ПМЭФ-2025... [Видеозапись] // Фонд Росконгресс. URL: <https://forumspb.com/programme/business-programme/145487/>.

12 См. напр. Сумленный С. Черная кровь Нового времени // Эксперт. 2009. № 29 (667). С. 64–67.

тесно связано с изменением технологических укладов хозяйственной деятельности человечества.

Как уже написано выше, в XIX веке телеграф и газеты привели к повышению скорости распространения информации и появлению первых по-настоящему массовых СМИ. XX век принес радио, кино и телевидение. С их появлением началась эпоха визуального воздействия, массовой пропаганды и глобализации культуры. И уже XXI веке произошла следующая, цифровая революция. Появившиеся Интернет, социальные сети, рекомендательные алгоритмы и искусственный интеллект в очередной раз полностью переформатировали медиапространство.

При этом каждый этап развития медиа не просто менял способы коммуникации, но и фундаментально трансформировал саму структуру общества.

В наше время медиа — это не просто «передатчики новостей». Они выполняют множество скрытых и явных функций, которые делают их одним из ключевых институтов современности.

Одним из первых функциональных теоретиков медиа можно с некоторой условностью назвать В. И. Ульянова (Ленина). В 1901 году, в своей работе «*С чего начать?*» он так описал функции медиа: «Роль газеты не ограничивается, однако, одним распространением идей, одним политическим воспитанием и привлечением политических союзников. Газета — не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор».¹³ Пропаганда, агитация и особенно объединение масс в некую общность были подняты им на флаг журналистики и долго служили идеейной основой советских медиа.

Чуть позже, в 1905 году он фактически сформулировал функциональные принципы партийности, классовости и идейности. Так в статье «*Партийная организация и партийная литература*» он, в частности, писал: «Литература должна стать партийной.... — социалистический пролетариат должен выдвинуть принцип партийной литературы, развить этот принцип и провести его в жизнь...»¹⁴. Эти принципы классового разделения и уничтожительной информационной войны, как идейной основы физического уничтожения «чужих элементов» до сих пор лежат в основе информационных и гибридных войн новейшего времени.

13 Ленин В. И. С чего начать? // Полное собрание сочинений: в 55 т. 5-е изд. Т. 5. М., 1967. С. 1–13.

14 Ленин В. И. Партийная организация и партийная литература // Полное собрание сочинений: в 55 т. 5-е изд. Т. 12. М., 1961. С. 99–105.

Для христианского осмысления этих принципов важной подсказкой можно считать и биографию, и духовную судьбу их автора. Вот уж во истину «По плодам их узнаете их.» (Мф.7:16).

Принципы партийности, классовости и идеиности имеют яркое современное воплощение, если через их призму рассматривать деятельность таких медиа компаний как CNN, ABC или Meta¹⁵. Западный список могут продолжить Эхо Москвы, Новая газета, Дождь¹⁶ и другие.

Под стать В. И. Ульянову, продолжателем теории и практики медиа-пропаганды стал его современник, а в духовном плане и последователь, министр пропаганды Третьего Рейха Йозеф Геббельс. Его идеи, высказанные не только в статьях, сколько в публичных речах, выступлениях по радио, а также в сохранившихся дневниках¹⁷ стали основой методов военной спецпропаганды ведущих современных армий. Вильфрид фон Овен, один из референтов Геббельса в последние годы, составил своего рода «декалог пропаганды» своего патрона¹⁸, который непременно изучается «студентами» соответствующего профиля.

Уже в нашей современности, в поздне- и постсоветскую эпоху декан факультета журналистики МГУ в 1965–2021 гг. Ясен Засурский, в более нейтральном нравственном ключе, так формулировал знаменитую триаду целеполагания журналистики: «Пресса должна служить трем главным целям — информировать, просвещать и развлекать»¹⁹.

Все коммерческие медиа так или иначе в своей модели имеют целью максимизацию аудитории и времени её медиа-потребления, рассматривая человека как источник формирования добавленной стоимости, которая далее перераспределяется через рекламную модель и брендовое потребление.

Именно жесточайшая конкуренция за человеческое внимание породила по отношению к текущему экономическому укладу известный эпитет «люди — новая нефть». А рекламная модель, делающая медиа как бы бесплатной формой развлечения, получила в свой адрес меткий

15 Компания Meta признана в РФ экстремистской организацией, её деятельность в РФ запрещена.

16 Признаны на территории РФ иноагентами.

17 Их издания включены в федеральный список экстремистских материалов и запрещены на территории РФ.

18 См. Oven W. von. Wer war Goebbels? Biographie aus der Nähe. Berlin; München, 1987.

19 «Декан факультета журналистики МГУ профессор Ясен Засурский видит у прессы три главные цели — информировать, просвещать и развлекать» // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20020111/50621.html>.

парафраз поговорки про бесплатный сыр в виде фразы «если вы не платите за товар, значит, вы и есть товар».

И чтобы превратить человека в товар, для захвата и удержания его внимания, медиа закономерно пошли по пути наименьших затрат через эксплуатацию человеческих страстей и удобосклонности человека ко греху.

Какие страсти эксплуатируют медиа

По мере развития медиаиндустрии технологии привлечения и удержания человеческого внимания развивались и совершенствовались. От кричащих заголовков и «мальчиков-зазывал» до рекомендательных алгоритмов, настроенных на «залипание» пользователя под воздействием эмоциональных «крючков». Но сквозь поколения медиа и смены укладов, лишенные нравственных ограничений деятели использовали и используют для этого обращение к человеческим страстям.

Наиболее популярные жанры криминальной хроники, бытовых или даже публичных скандалов апеллируют к реакции человека типа «вон какие у них там нравы, но я-то не такой как эти «отморозки»». И «удовольствие» от потребления такой информации возгревается не чем иным как банальной гордостью.

К страсти стяжательства обращается почти вся индустрия так называемого «лайф-стайл» (англ. life style) контента, гламурная и светская хроника. В противовес ценностям труда и саморазвития, ими буквально пропагандируется культ легкой наживы и быстрых денег. Значительная часть т. н. деловых медиа так же строят свою содержательную политику вокруг сребролюбия и стяжания, только уже «профессионального». Но банального карьеризма, который все же предполагает некий труд ради стяжательства, уже мало. В последние десятилетия, по мере снижения отраслевых барьеров в производстве и распространении контента в цифровых средах, а конкретнее в социальных сетях и платформах к «традиционным» медиа-сребролюбцам добавились и многочисленные блогеры-пропагандисты «красивой жизни», отдельный подвид которых даже заработали для себя термин «инфо-цыгане».

Зависть и ненависть возгревают многочисленные жанры криминальных и политических расследований. Часто это делается под весьма благовидным и общественно-полезным предлогом борьбы со стяжательством власть имущих (коррупцией). Граница между обращением к общественному благу и обращением к личным страстям аудитории

весьма тонка и в подавляющем большинстве случаев в погоне за вниманием эта граница беззастенчиво нарушается.

Уныние возгревают в человеке все формы т. н. «чернухи». Посеять чувство отчаяния и «безнадеги» — один из верных способов «подсадить» аудиторию на потребление такого мрачного контента, погружая человека либо в негативную эмоциональную спираль саморазрушения, либо в замещающие зависимости от алкоголя и других наркотических стимуляторов психики.

И наконец, самое пагубное... Эксплуатация блудной страсти заполнила без преувеличения всё медиапространство. Для обычного медиа-пользователя стало практически невозможным оградить себя или своих детей от цунами сексуально ориентированной информации. Эксплуатация репродуктивного инстинкта в корыстных целях, как одного из сильнейших в человеческой природе, стала, пожалуй, ключевым драйвером т. н. «сексуальной революции» второй половины XX века. Мы стали свидетелями возникновения целых многомиллиардных индустрий служения разврату: прежде всего кровавой индустрии абортов, всевозможных средств контрацепции и сексуальной фармацевтики, т. н. «индустрии красоты» (косметика, пластическая хирургия), хирургии смены пола, соответствующей моды, искусства и собственно разрастания индустрии разврата как таковой, начиная от индустриализации «древнейшей профессии» и заканчивая индустриями порно и суррогатных устройств.

И здесь, конечно, нужно выделить медиа, как проводника и пестуна всех возможных грехов против Седьмой заповеди (Исх. 20:14). Сущность этого явления исчерпывающе охарактеризована соборным деянием наших архиереев в 2000 г. по утверждению Основ социальной концепции Русской Православной Церкви: «Блуд неизбежно разрушает гармонию и целостность жизни человека, нанося тяжкий урон его духовному здоровью. Распутство притупляет духовное зрение и ожесточает сердце, делая его неспособным к истинной любви. Счастье полно-кровной семейной жизни становится недоступным для блудника. Таким образом, грех против целомудрия влечет за собой и негативные социальные последствия. В условиях духовного кризиса человеческого общества средства массовой информации и произведения так называемой массовой культуры нередко становятся орудиями нравственного растления, воспевая и превознося половую разнужданность, всевозможные половые извращения, другие греховные страсти. Порнография, представляющая собой эксплуатацию полового влечения в коммерческих,

политических или идеологических целях, способствует подавлению духовного и нравственного начала, низводя тем самым человека до уровня животного, руководствуясь лишь инстинктом...

... Интимные отношения мужчины и женщины не только обнажаются и выставляются напоказ, оскорбляя естественное чувство стыдливости, но и представляются как акт чисто телесного удовлетворения, не связанного с глубокой внутренней общностью и какими-либо нравственными обязательствами.»²⁰

Этим Церковь буквально провозгласила приговор, фактически расширяя узкую юридическую формулировку порнографии и называя порнографией в нравственном смысле все, что делают современные медиа на почве развращения народа. Нравственную оценку получили и «плоды» сексуальной революции через указание на гибельность отрыва ре-продуктивной поведенческой сферы от нравственных обязательств.

В современности даже простому взгляду стала очевидной и реализация в медиа древней святоотеческой формулы «дух творит себе форму». Ощущая наступление информационной эпохи, святитель Лука (Войно-Ясенецкий) пишет: «Велико и глубоко важно соотношение между духом и формой. В материальных формах ярко отражается дух, присущий материи. И больше того, дух творит формы.»²¹

Как уже было сказано выше, с ростом доли эмоциональных коммуникаций, и с развитием изобразительных средств медиа, для обычного человека потребление подавляющего большинства современного контента стало означать вступление в душевное общение с его авторами, которым в иной ситуации нравственный зритель/слушатель/читатель, пожалуй, не подал бы и руки. Новые соблазны таким образом стали требовать от современника и новой аскетики — специальных усилий по гигиене своего восприятия.

Можно сказать, что с развитием медиа в обществе произошел определенный нравственный переворот. В средние века европейской цивилизации распространение медиа были в основном уделом просвещенного монашества, как социальной группы в силу посвящения и уклада жизни способной оторваться от сугубо материального производства. В то время как обыватели были обременены поддержанием своего хозяйства ремесленными промыслами или сельскохозяйственным трудом, в монастырях сложилась хозяйственная система, которая в силу

20 См. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви // Официальный сайт Русской Православной Церкви. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html>.

21 Лука (Войно-Ясенецкий), свт. Дух, душа и тело. М., 2011. С. 49.

практикуемой аскезы и сравнительной эффективности монастырского общежитенного хозяйства позволяла их наиболее просвещенным насельникам, помимо молитвы, заниматься науками и настоящим нематериальным производством. Только аристократия, в те века еще укорененная в христианской вере, могла составить им творческую конкуренцию. В новейшее же время, особенно начиная с третьего технологического уклада, время и ресурсы для творчества оказались доступны национальным и социальным группам, идейно монашеству и христианству в целом противостоящих.

В результате, давая христианскую оценку сфере нематериального производства в XXI веке, остается только констатировать, что любое медиа-пространство, свободное от жесткого нравственного регулирования властей, превращается в снежный ком возгревания и эксплуатации человеческих страстей. Поэтому всякое сообщество, желающее избежать «оскотинивания» и деградации вынуждено рождать систему внeryночного административного регулирования медиа.

К числу задач такого регулирования можно отнести:

- 1) Защиту детей от наносящего им вред контента;
- 2) Цензуру с т. з. защиты тех или иных нравственных ценностей (а в нашем случае конечно же христианских);
- 3) Защиту массового сознания от манипулятивных пропагандистских техник и фальшивой информации (т. н. «фейк ньюз»);
- 4) Защиту здоровья и психики людей (особенно детей) от чрезмерного медиа-потребления;
- 5) Защиту экономики реального сектора от чрезмерного спекулятивного изъятия их добавленной стоимости;
- 6) Дополнительные налоги на сверхпотребление и роскошь;
- 7) Осмысленные усилия по контрпропаганде и продвижению созидательных ценностей в медиа, культуре и искусстве.

Многие общественные явления на постсоветском пространстве бывшей Российской империи можно и нужно рассматривать через Господню притчу о нечистом духе (Мф. 12:45). Наше Отечество стало в новейшей истории полем социального эксперимента почти безудержного медиа-строительства. Помимо самой России, особые потрясения в этом страшном эксперименте достались малороссам, где народившаяся, во многом искусственная украинская государственность породила страшные общественные явления. Когда на исторически беспрецедентную комбинацию наследия коммунизма и национализма наложился

церковный раскол, то разрушительная медиа-повестка, являющая собой клубок всех мыслимых и немыслимых страстей, довела страну до подлинного краха государственности и страшной войны. Можно констатировать, что в новейшее время история явила миру этот печальный пример, который стоит принимать во внимание наравне с поучительными повествованиями из ветхозаветной истории библейского народа.

Вместе с тем, для полноты понимания проблематики воздействия медиа на социальную динамику, необходимо рассмотреть еще один слой социальных отношений, а именно пространственное развитие хозяйственной жизни человека, в том числе всё что связано с урбанизацией и её влиянием на образ жизни и нравственность.

Понимание городского уклада жизни, нравственных причин и последствий «демографического перехода»

XX век охарактеризовался несколькими конвергентными тенденциями, которые революционным образом изменили традиционное домохозяйство, экономику, общество и даже биологическую картину человеческой популяции.

Речь о взаимосвязи таких явлений как:

- развитие сфер нематериального производства и медиа,
- бурный рост сферы услуг,
- повышение производительности труда в реальном секторе,
- урбанизация,
- радикальная трансформация экономической модели традиционной семьи,
- развитие социальных наук (в т. ч. с их идеями, противоречащими христианству),
- обмирщение христианской культуры, падение нравов и «сексуальная революция» как частный случай этого явления,
- т. н. демографический переход.

Всю новейшую историю XX и XXI веков эти явления развивались во многом в положительной обратной связи друг с другом, говоря простым языком, нарастили как снежный ком. Чтобы проследить их взаимосвязь и увидеть духовные первопричины этих явлений необходимо чуть подробнее раскрыть их суть.

Тому, какие нравственные проблемы появились с развитием медиа посвящена предыдущая глава данного исследования. Поэтому

можно перейти к оценке вклада в описываемую проблематику развития сферы услуг.

Сфера услуг — один из ключевых секторов современной экономики, который в современных терминах включает образование, здравоохранение, торговлю, финансы, ИТ, туризм, развлечения и другие нематериальные виды деятельности. Сфера услуг претерпевала изменения в рамках смены технологических укладов и эпох.

В доиндустриальную эпоху (до XVIII века) услуги были развиты относительно ограничено и даже не выделялись в отдельный сектор. Ярмарочная торговля и купечество, вместе с ремесленными услугами (сапожники, портные и т. п.) имели долю в общем экономическом «пироге» в пределах 20 %²². Подавляющая часть «услуговых» потребностей человека удовлетворялись в рамках натурального хозяйства или, проще говоря, в семье.

В эпоху индустриальной революции XVIII–XIX веков развитие промышленности привело к росту сопутствующих услуг. Транспорт и логистика (железные дороги, пароходы), финансы (банки, страховые компании), коммуникации (почта, телеграф), появление массового образования и медицины довели долю услуг к концу XIX века до уровня около 30 % ВВП²³.

И уже постиндустриальная эпоха (XX век) охарактеризовалась ускоренным ростом сферы услуг благодаря 1) урбанизации (рост спроса на услуги ЖКХ, развлечения, образование), 2) государственному регулированию и росту роли государства в сферах социальной защиты и здравоохранения (под давлением определенных уже политических процессов), 3) технологиям (телефон, радио, позже — Интернет). Таким образом к 1970-м годам в промышленно развитых странах услуги стали главным сектором экономики, составляющим более 50 % ВВП²⁴.

Цифровая эпоха (XXI века) ознаменовала цифровизацию услуг. Электронная коммерция (Amazon, Alibaba), финтех (онлайн-банкинг, криптовалюты), облачные технологии и SaaS²⁵ (Google, Microsoft) сфор-

22 См. напр. Основные стадии экономического прогресса // Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». URL: <https://intuit.ru/studies/courses/3603/845/lecture/31664?page=4>.

23 ВВП — валовый внутренний продукт — показатель, отражающий рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть не предназначенных для использования в производстве или дальнейшей перепродажи), произведенный за некий период (как правило год) на определенной территории (стране).

24 См. напр. Малинский Г. Таблица ВВП, которую никто не видел // Проза.ру. URL: <https://proza.ru/2010/09/05/46>.

25 SaaS, англ. Software as a Service — программное обеспечение как услуга.

мировали уже платформенные модели (экосистемы) интеграции услуг, породив настоящих гигантов в своих секторах таких как Apple (ИТ-экосистема), Netflix (развлечения), Uber (транспорт), Meta²⁶ (социальные сети и коммуникации) и т. п. Соответственно, в «развитых» странах в настоящее время на услуги приходится порядка 70–80 % ВВП.

Таким образом сфера услуг прошла путь от второстепенного сектора до основы современной экономики.

Повышение производительности труда реального сектора было тесно связано с концентрацией производства и вертикальной интеграцией обрабатывающих транзакций. Это повсеместно привело к формированию промышленных городов и оттоку в них крестьянского населения. Дальнейшее повышение производительности через автоматизацию, сопровождаемую политической борьбой трудящихся за свои права, высвободило у городского наемного труда беспрецедентный объём досугового времени. Это свободное время стало фактором спроса на материальные и нематериальные услуги. И, к сожалению, это время во многом «благодаря» медиа стало использоваться человеком не для труда упражнения в добродетелях, но для праздности и потакания страстям.

Урбанизация, в свою очередь, фактически перевернула традиционную экономику семьи. Доиндустриальный сельский уклад, даже при неизменно сокращающейся доле натурального хозяйства, предполагал, что экономическая и социальная устойчивость домохозяйства была напрямую связана с количеством членов семьи, особенно мужского пола. Каждый член семьи, с самого раннего детства являлся трудовой единицей, создавая полезность — натуральный или отчуждаемый продукт или услугу. Семейные и близкие родовые и общинные связи были основой выживания домохозяйства и естественным образом стимулировали к рождаемости. Традиционный институт моногамной многодетной многопоколенной семьи, предъявляя спрос и на репродуктивное здоровье мужчин и женщин (охраняемое добродетелью целомудрия), и на соблюдение пятой заповеди почитания родителей, и на мужскую ответственность, силу, боевые и трудовые качества, и на добродетельное трудовое воспитание детей. Именно в этом контексте «школы» добродетелей брак и семья, как союз, создаваемый в любви во имя Божие, получили свое богословское осмысление как малой церкви²⁷. Со всеми оговорками на личное действие страстей, в доиндустриальную эпоху институт брака во времени был весьма близок к достижению половой

26 Компания Meta признана в Российской Федерации экстремистской организацией.

27 Традиционно такое понимание семьи восходит к словам Апостола Павла (Рим. 16:4).

и социальной зрелости, органически помогая юношеству и молодежи в противостоянии блудным соблазнам.

В то же время успешной экономической моделью существования индивидуума вне семьи и брака почти все второе тысячелетие по Рождестве Христовом являлись общежитенные монастыри. Таким образом на протяжении многих веков две экономические модели (семья и монастыры) были материальной стороной равночестного пути упражнения в добродетелях любви и Богопочитания. Конечно и в рамках этих институтов удобопреклонность человека ко греху приносила свои губительные плоды, но принципиально надо отметить именно содействие делу спасения этих экономических и социальных институтов.

С перемещением домохозяйства в городскую экономику, где натуральное хозяйство в подавляющей степени заменено внешними (приобретенными) услугами и товарами каждый не приносящий денежный доход член семьи перестал быть производящей единицей и превратился в «рот», требующий содержания за счет трудящихся членов семьи. Так городской ребенок стал существенно более дорогим «активом» с существенно отсроченным временем начала трудовой деятельности. Этот сдвиг подстегнули и более высокие требования к образованию.

К концу XX века тенденция биологической акселерации в силу доступности питания и других биологических факторов приводящая к более раннему половому созреванию наложилась на тенденцию инфантилизма — более позднего «социального» созревания и более позднего начала трудовой деятельности. Соответственно далеко к 30 годам, а теперь уже и за 30 лет перешагнул и средний брачный возраст²⁸.

В комплексе с произошедшей сексуальной революцией и развратным действием медиа, человечество получило уже в нескольких поколениях ситуацию, когда возраст начала интимной жизни стал на несколько лет опережать и брачный возраст, и возраст способности к самостоятельному экономическому существованию. Т. е. в странах христианской культуры уже в нескольких поколениях подавляющее большинство взрослеющей молодежи не смогли миновать тяжких грехов против 7-й заповеди.

Так урбанизация способствует изменению демографических тенденций, а городская среда формирует новые модели поведения, включая репродуктивные установки. Поскольку городская среда отличается от сельской более высоким уровнем дохода, доступом к образованию и медицине,

28 См. Информационно-аналитический портал Реестр ЗАГС // Федеральная налоговая служба. URL: <https://zags.nalog.gov.ru/analytics/marriage>.

а также большей индивидуализацией жизни, произошедшую в результате замены традиционной модели высокой рождаемости и смертности на городскую модель с низкой рождаемостью и низкой смертностью, демографы, социологи и экономисты стали называть демографическим переходом²⁹.

Некоторые современные публицисты и богословы, анализируя духовные причины и социальные последствия урбанизации стали апеллировать к «культурному разлому», произошедшему между Каином и Авелям, называя Каина первым строителем города (Еноха), в некотором смысле родоначальником городской цивилизации и противопоставляя таким образом природо-преобразующую «каинитскую» цивилизацию природо-пользовательской цивилизации Авеля/Сифа³⁰.

Помимо фактора превращения деторождения из фактора воспроизводства в «обузу» в социальном плане, сильнейший удар по репродуктивной сфере нанесла городская модель организации жилого пространства. Если сельская модель усадебного хозяйства даже для беднейших полных семей предполагала возможность относительно доступного расширения жилого пространства, то городская недвижимость, помимо физического отрыва человека от земли в многоэтажном городском жилье, сделала сравнительно дорогим и приобретение дополнительных площадей при увеличении размера семьи. Таким образом каждый ребенок стал для домохозяйства не только источником дополнительных, говоря бухгалтерским языком «операционных» затрат, но и фактором увеличения «капитальных инвестиций» в недвижимость. В городской экономике в результате возник парадоксальный эффект: номинальные доходы у горожан превышали таковые у их предшественников или современников на земле, в то время как доступность жилья и качество жизни с точки зрения организации урбанизированного пространства не улучшалось. Со всей остротой перед каждой семьей стал выбор между качеством жизни (как в его объективном экономическом понимании, так с позиции медиа-навязанных стандартов этого качества) и деторождением. То есть впервые в своей истории, начиная с индустриального экономического уклада, человечество загнало себя в ситуацию противопоставления Первой заповеди Божественного творения³¹.

29 Появление термина атрибутируется работам американского демографа Фрэнка Нортейна 1940–50-х годов. См. напр. *Notestein F. W. Some Demographic Aspects of Aging // Proceedings of the American Philosophical Society.* 1954. Vol. 98. No. 1. P. 38–45.

30 См. напр. *Авдеенко Е. А. Тема «Каин» в современном мире.* М., 2014.

31 И благословил их Бог, и сказал им Бог: плодитесь и размножайтесь, и наполняйте землю, и обладайте ею, и владычествуйте над рыбами морскими [и над зверями,] и над птицами

И этот экономический фактор сложился в общий вектор нравственной трагедии легализации утробных детоубийств, вложив свой вклад в дело так называемой «сексуальной революции», которую правильнее назвать кризисом традиционной моногамной семьи, с которым столкнулось человечество начиная со второй половины XX века.

Этот кризис, во многом основанный на трансформации экономических институтов, сначала фактически нормализовал прелюбодеяние и блуд. Двухтысячелетняя христианская культура моногамного брака в считаные десятилетия фактически трансформировалась в массовую полигамию, причем даже в худшем изводе, по сравнению с полигамными семейными институтами ветхозаветного периода.

Наконец в XXI веке нормализация беспорядочного прелюбодействия, уже по принципу умножения беззакония, довольно быстро превратилась в нормализацию всех форм грехов противоестественных, фактически превратив нормальную традиционную многодетную семью в форму социальной аскезы, которую заодно и стигматизировали те самые медиа.

К сожалению, поврежденные расколом западные ветви христианства не смогли противопоставить этим трансформациям силу своего учения, теряя общественное влияние под натиском развития антирелигиозных научных и социальных доктрин. Параллельно в России Церковь, сначала ослабленная обмирщением синодального правления, а затем буквально поставленная большевиками на грань уничтожения, только с конца XX века, на волне постсоветского возрождения, смогла встать на защиту традиционной семьи и деторождения. И сделала она это во всей своей полноте: устами тысяч священнослужителей с амвонов и в медиа, общественными движениями мирян в защиту жизни и семьи, неустанными публичными обращениями священноначалия. Вот один из примеров многочисленных выступлений Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла: «Традиционная семья считалась еще несколько десятилетий назад чем-то таким же естественным, как воздух. Никому не приходило в голову призывать создавать семьи и рожать детей. Однако не в последнюю очередь благодаря внешним влияниям, транслируемым в общественном пространстве нашей страны, удается убедить определенную часть людей, что традиционная семья — устаревший пережиток, и это становится способом удушения нашего народа, лишения его жизненно необходимого воздуха...

небесными, [и над всяким скотом, и над всею землею,] и над всяким животным, пресмыкающимся по земле (Быт.1:28).

...Некогда наша страна поставила себе целью раскрыть секреты атомного ядра, для того чтобы защитить себя. Никакие ресурсы не жалели для решения этой задачи, считая, что без этого наш народ не сохранит свободу и само право на жизнь. Уверен, что в наши дни именно сбережение народа, возрождение традиционной семьи — это условие выживания страны и цель, на достижение которой нужно не жалеть никаких ресурсов: ни материальных, ни интеллектуальных, ни организационных.»³²

Если собирать эту многофакторную палитру явлений в единую картину, довольно четко можно проследить положительную конвергентную связь для следующего списка явлений:

- прирост производства добавленной стоимости в силу бурного развития сфер нематериального производства, медиа, и сферы услуг, а также повышения производительности труда в реальном секторе привел к следующим результатам:
- высвобождение человеческих ресурсов для гуманитарной научной деятельности,
- нравственный кризис исторически христианских культур,
- урбанизация и последующая ей гипер-урбанизация³³
- кризис моногамной семьи и «глобализация Содома» (т. н. «сексуальная революция»),
- слом многотысячелетней модели демографического воспроизводства (т. н. демографических переходов).

Осмысливая этот клубок явлений с позиции православного вероучения, остается только констатировать, что в XX–XXI веках, в рамках стремительной смены экономических укладов, в нравственном плане «развитое» человечество не справилось со своими возросшими техническими, технологическими и экономическими возможностями. Полученные возможности оно, к сожалению, употребило в качестве рычага для акселерации разрушительных дегенеративных процессов, отступления от Божественного замысла и в результате приближается ко второй половине XXI века в состоянии нарастающей угрозы своему существованию.

32 Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси. Доклад на пленарном заседании XXV Всемирного русского народного собора 28 ноября 2023 года // Официальный сайт Русской Православной Церкви. URL: <https://www.patriarchia.ru/article/105119>.

33 Гипер-урбанизация здесь понимается как вторая волна урбанизации, начавшаяся на рубеже XX–XXI веков, характеризуемая формированием городских агломераций и гигаполисов с населением свыше 10 миллионов человек, с формированием в них специфического уклада городской жизни.

Заключение

Подобно разрушительным видам оружия или смертельно опасным технологиям, экономические модели формирования добавленной стоимости в нематериальных сферах, в отличие от оружия исторически лишенные своевременных нравственных ограничений, стали катализатором или, иначе, множителем греховых страстей человечества. На основе этих разрушительных тенденций, уже оружие массового поражения, экологически и биологически опасные технологии подвели человечество к точке наивысшего риска приближения к апокалиптическим событиям. Квинтэссенцией же конвергенции гуманитарных и информационно-технологических рисков стало бурное развитие компьютерных нейро-сетей и систем искусственного интеллекта на их основе.

В историческом христианском мире к концу первой четверти XXI века можно выделить, по сути, две ведущие общественные силы, которые вступили в противостояние с этой конвергенцией грехов.

Первая – это Православие с оформленвшимся явным духовным лидерством Патриарха Московского и Всех Руси Кирилла и политическим лидерством президента России В. В. Путина.

К событиям, которые в ретроспективе можно символически считать «поднятием боевого флага», можно отнести принятие Архиерейским Собором 2000 года Основ социальной концепции Русской Православной Церкви и, соответственно, знаменитую Мюнхенскую речь В. В. Путина 10 февраля 2007 года. И хотя второе событие напрямую несет скорее политические нарративы, нежели духовные, оно без сомнения стало выражением чаяний глубинного народа и духовного посыла возрождения Русской Православной Церкви. Этот вектор был засвидетельствован и закреплен принятием Указа Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»³⁴

Второй силой можно назвать новую консервативную политическую волну в США, движение, выразившееся начиная с 2017 года в двух избраниях Дональда Трампа 45-м и 47-м президентом США и получившего по использованному им избирательному слогану наименование MAGA³⁵. Как это

34 Указ Президента РФ от 09.11.2022 N 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // СПС КонсультантПлюс.

35 От английской аббревиатуры MAGA – Make America Great Again (Сделать Америку снова великой).

ни парадоксально, но политическое движение защиты христианских ценностей в Западном полушарии возглавил человек с личной репутацией, от этих самых ценностей весьма далекой. Интерес для дальнейшего исследования в данном случае больше представляют взгляды следующего поколения консерваторов, взгляды которого наиболее выпукло проявлены в общественно-политической сфере персоной действующего вице-президента США Джеймса Дэвида Вэнса, чья биография менее противоречива, а политический потенциал оценивается достаточно высоко.

Именно в теле русского православия и американского политического консерватизма соответственно развиваются сегодня два дискурса, во многом конкурирующие, но где-то и комплиментарные друг-другу. Именно на этих двух платформах сегодня идет современное осмысление глобальных и национальных нравственных, культурных и экономических, технологических и экологических вызовов.

Российский дискурс явно и очевидно основан на православном наследии и его внутреннее напряжениестоится вокруг защиты суверенитета страны и её культурного кода. Это код все еще с болью очищается от токсичных элементов наследия Советского Союза и лихолетья рубежа XX–XXI веков. В нем не изжиты и многие ядовитые элементы поздне-имперского периода, которые, например, блестяще обличены в творчестве Ф. М. Достоевского.

Но в рамках этого дискурса стоят вопросы не только противостояния апостасийным тенденциям западной культуры. Отдельным вызовом является соседство и столкновение с оформляющейся цивилизацией глобального Юга, которая несет в себе два духовных и идейных полюса, каждый из которых борется в рамках собственной диалектики. На Дальнем Востоке мы видим, как технологическое и экономическое лидерство КНР и его соседей (Южной Кореи и Японии) создает еще мало изученную нами «химеру» восточных языческих культурных традиций в смеси с западными пост-христианскими нарративами, да еще и укореняющихся на почве китайского коммунизма.

На Ближнем Востоке мы видим бурление исламского мира, где вслед за реформами Ататюрка XX века, начало XXI века, на волне известных экономических процессов сырьевого сектора, принесло возвышение аравийских монархий Залива (прежде всего Саудовской Аравии и ОАЭ) в ранг нового глобального экономико-политического центра, на фоне военно-политической турбулентности в Северной Африке, Палестине и на осколках исторического Персидского Царства.

Два этих полюса ставят перед русским и вселенским Православием новый фронт богословской, миссионерской и культурной работы, задачи которой нам еще предстоит осмысливать. И дальнейшее изучение и православное христианское осмысление экономических явлений Глобального Запада и Глобального Юга являются частью этой задачи.

В то же время и новая западная консервативная волна бросает русской мысли вызов, перехватывая православную общественную повестку, и формируя на основе наследия западного христианства при-чудливую смесь идей и смыслов, который уже в рамках своей внутренней борьбы отвоёвывает новые медиа-плацдармы в общественном поле. Это требует от русских традиционалистов не только осмысления, но и деятельного христианского подвига проповеди на «чужой» институциональной территории. Как бы пафосно это не звучало, но задача эта во многом подобна апостольскому служению I–II веков в пределах Римской ойкумены...

Приложение 1.

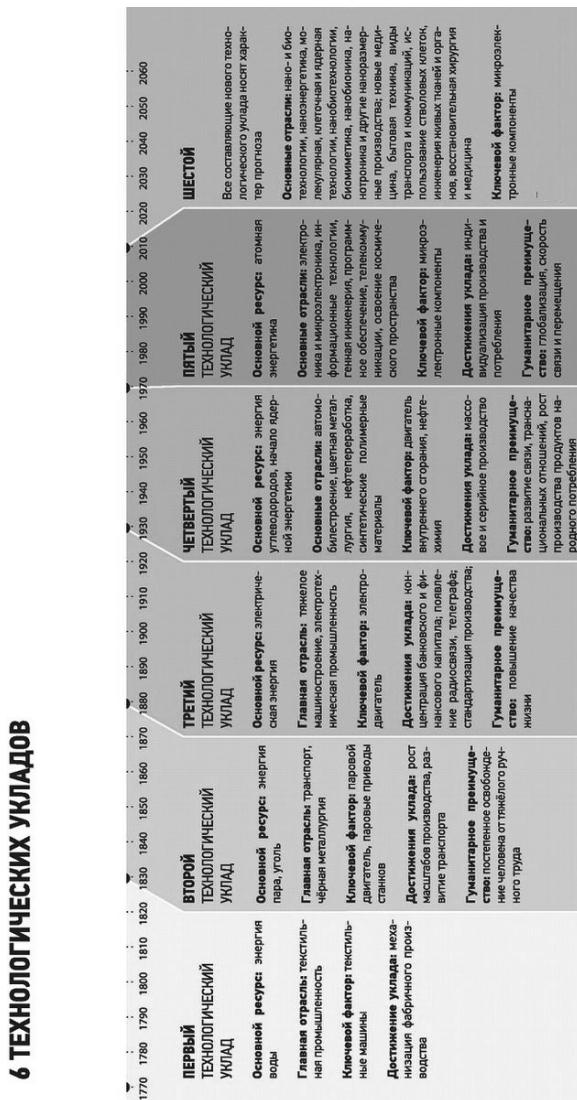


Рис. 1. Дорожная карта шести технологических укладов мировой экономики.

Источник: составлено по: Т-Инвестиции. Блог компании // Smart-lab.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://smart-lab.ru/company/t_invest/blog/654290.php.

Источники

- Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. 7-е изд. М.: Издательство Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2022.
- Глазьев С. Ю., Львов Д. С.* Теоретические и прикладные аспекты управления НТП // Экономика и математические методы. 1985. № 1. С. 793–804.
- Дорожная карта шести технологических укладов мировой экономики [Таблица по материалам Международного форума технологического развития «Технопром-2019»]// Т-Инвестиции. Блог компании. Smart-lab.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://smart-lab.ru/company/t_invest/blog/654290.php (дата обращения: 03.06.2024).
- Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси.* Доклад на пленарном заседании ХХV Всемирного русского народного собора 28.11.2023 // Официальный сайт Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.patriarchia.ru/article/105119> (дата обращения 02.06.2024).
- Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси.* «Чем больше христианского начала в экономике, тем более справедливо общество» // Roscongress. [Электронный ресурс]. URL: <https://roscongress.org/materials/patriarkh-kirill-chem-bolshe-khristianskogo-nachala-v-ekonomike-tem-bolee-spravedlivoo-obshchestvo/> (дата обращения 02.06.2024).
- Основные стадии экономического прогресса // Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». [Электронный ресурс]. URL: <https://intuit.ru/studies/courses/3603/845/lecture/31664?page=4> (дата обращения 19.06.2025).
- Основы социальной концепции Русской Православной Церкви // Официальный сайт Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html> (дата обращения 01.05.2025).
- Указ Президента РФ от 09.11.2022 N 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // СПС КонсультантПлюс.
- «Декан факультета журналистики МГУ профессор Ясен Засурский видит у прессы три главные цели – информировать, просвещать и развлекать» // РИА Новости. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20020111/50621.html> (дата обращения 19.06.2025).
- Информационно-аналитический портал Реестр ЗАГС. [Электронный ресурс]. URL: <https://zags.nalog.gov.ru/analytics/marriage> (дата обращения 19.06.2025).
- Ковалчук С., Баланова С.* Выступление на сессии ПМЭФ-2025 «Национальные онлайн-платформы в эпоху цифровой трансформации: глобальные вызовы и перспективы» [Видеозапись] // Фонд Росконгресс. URL: <https://forumspb.com/programme/business-programme/145487/> (дата обращения 19.06.2025).
- Ленин В. И.* Партийная организация и партийная литература // Полное собрание сочинений: в 55 т. 5-е изд. Т. 12. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1961. С. 99–105.
- Ленин В. И.* С чего начать? // Полное собрание сочинений: в 55 т. 5-е изд. Т. 5. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1967. С. 1–13.
- Малинский Г.* Таблица ВВП, которую никто не видел // Проза.ру. [Электронный ресурс]. URL: <https://proza.ru/2010/09/05/46> (дата обращения 01.05.2025).
- Сумленный С.* Черная кровь Нового времени // Эксперт. 2009. № 29 (667). С. 64–67.

Hull J. The Second Industrial Revolution: The History of a Concept // *Storia Della Storiografia*. 1999. Issue 36. P. 81–90.

Notestein F. W. Some Demographic Aspects of Aging // Proceedings of the American Philosophical Society. 1954. Vol. 98. No. 1. P. 38–45.

Литература

Oven W. von. Wer war Goebbels? Biographie aus der Nähe. Berlin; München: Herbig, 1987.

Townsend W. W. Bond Salesmanship. New York: H. Holt, 1924.

Авдеенко Е. А. Тема «Кайн» в современном мире. М.: Классис, 2014.

Блауг М. Шумпетер, Йозеф А. // *Он же.* 100 великих экономистов до Кейнса / науч. ред. Л. М. Максимова. СПб.: Экономикс, 2008. С. 333–337. (Библиотека «Экономической школы»; вып. 42).

Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

Булгаков С. Н., прот. Философия хозяйства. New York: Chalidze, 1982.

Достоевский Ф. М. Братья Карамазовы: роман. М.: Дрофа: Вече, 2002.

Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. М.: Наука, 1998. (Academia). Автор внесен в РФ в реестр иностранных агентов.

Лука (Войно-Ясенецкий), свт. Дух, душа и тело. М.: ОБРАЗ, 2011.

Torgashin R. A. Торговые марки как генераторы и носители добавленной стоимости. М.: Экономика, 1999.

Friedman M. Bright Promises, Dismal Performance: An Economist's Protest / ed. W. R. Allen. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1983.