



ECOLOGY AS THE BASIS OF FORMATION OF MODERN ELITE

Ekaterina V. Gainutdinova

Astrakhan State Technical University, Astrakhan, Russia. E-mail; gainutdinova.ekaterina@mail.ru
ORCID 0000-0002-9893-9176

Abstract

The study of elites is especially relevant now when the level of trust is unstable in relation to the ruling elite due to the situation with the pandemic and the difficulties that it provoked. This is also noticeable in relation to the Russian elite in a situation of waiting for the next elections. The main message to the voters from the ruling elite is due to the level of trust, thanks to which the desire to support one or another candidate in the elections develops. It seems obvious in this situation that only the level of development of personal qualities, conditioned by the spiritual and value potential, and their implementation in specific actions will create the preconditions for a trusting attitude towards the elite. In this regard, the spiritual and value potential of the individual forms the concept of "ecology", which is aimed at characterizing the elites from the standpoint of interpreting the values and qualities that they should possess in the ideal model of their activities in order to exclude misinterpretation of these qualities.

The relevance of this topic is due to the search for sources for the formation and development of the ecology of the elites.

The purpose of this article is to consider ecology at the core of the design of the modern elite in order to create the structure of those qualities that a real elite should have in the future. This necessity is due to the lack of clear strategies in the formation of the ideal image of the elite.

Keywords

elite; personality design; motivation; value; value preferences; personality; conscious actions; human behavior; elite ecology; elite consciousness



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



«ЭКОЛОГИЯ» КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННОЙ ЭЛИТЫ

Гайнутдинова Екатерина Валерьевна

Астраханский государственный технический университет. Астрахань, Россия
E-mail: [gainutdinova.ekaterina\[at\]mail.ru](mailto:gainutdinova.ekaterina[at]mail.ru) ORCID 0000-0002-9893-9176

Аннотация

Исследование элит в настоящее время приобретает особую актуальность, когда уровень доверия нестабилен по отношению к правящей элите в виду ситуации с пандемией и тех трудностей, которые она спровоцировала. Это ощутимо и применительно к российской элите в ситуации ожидания очередных выборов. Основным посылом к избирателям со стороны правящей элиты обусловлен уровнем доверия, благодаря которому складывается стремление поддержать того или иного кандидата на выборах. Очевидным представляется в данной ситуации то, что только уровень развития личностных качеств, обусловленных духовно-ценностным потенциалом, и их реализация в конкретных поступках может создать предпосылки для доверительного отношения к элите. В этой связи духовно-ценностный потенциал личности формирует понятие «экология», которое направлено на характеристику элит с позиции интерпретации тех ценностей и качеств, которыми они должны обладать в идеальной модели своей деятельности, чтобы исключить неверную интерпретацию данных качеств.

Актуальность заданной тематики обусловлена поиском источников формирования и развития экологии элит.

Цель данной статьи заключается в рассмотрении экологии в основе дизайна современной элиты для того, чтобы в дальнейшем создать структуру тех качеств, которыми должна обладать настоящая элита. Такая необходимость обусловлена отсутствием четких стратегий в формировании идеального образа элиты.

Ключевые слова

элита; дизайн личности; мотивация; ценность; ценностные предпочтения; личность; сознательные действия; человеческое поведение; экология элит; элитное сознание



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Экология – это в настоящее время то понятие, которое способно обратить внимание на содержание тех или иных проблем в обществе. То, что движет человеком на пути духовного совершенства, в различных теориях имеет разное название. В рамках элитологии это называется элитизацией личности, когда избранность людей определяется не за счет материальных ресурсов и возможностей, а за счет развития лучших духовных качеств, которыми человек способен обладать.

Смысл элитности заключается в личной осознанности каждого субъекта на пути к усовершенствованию своих навыков. В этой связи духовно-ценностный потенциал личности формирует понятие «экология», которое направлено на характеристику элит с позиции интерпретации тех ценностей и качеств, которыми они должны обладать в идеальной модели своей деятельности, чтобы исключить неверную интерпретацию данных качеств.

МЕТОДОЛОГИЯ

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы западных и отечественных мыслителей, которые в той или иной степени обращаются к экологии личности (N. Postman; Е.А. Горячева, Ю.Г. Волков, С.Ф. Минакова, В.А. Скребец, М.А. Максимчик, В.А. Филин, В.А. Чумаков).

В рамках данного исследования проводился анализ внешних и внутренних аспектов деятельности (В.А. Иванников, Н. Луман, Ж. Нюттен, К. Рапай, В. Франкл, Д.Н. Узнадзе).

В ходе проведенного исследования был применен синтез ряда научных методов. В статье были задействованы такие методы, как: герменевтика, сравнительный анализ и синтез. В частности, герменевтика способствует обнаружению сути взаимодействия внешних и внутренних аспектов деятельности, формирующих экологию элит. Метод сравнительного анализа и синтеза способствуют прояснению причин, определяющих дизайн современной элиты, который ориентирован на улучшение личностных качеств представителей элиты в опоре на духовные ресурсы, а не на внешние атрибуты успешности, власти и материальные возможности.

Ведущим подходом к исследованию данной проблемы является концепция элит (Карабущенко, 2019), способствующая созданию междисциплинарных связей в развитии теории элит для продвижения и распространения концепции об «идеальной элите».



В статье представлено теоретическое обоснование понятия экологии применительно к построению дизайна современной элиты, обозначены основные качества для элит, отражающих уровень личностного развития.

Материалы статьи могут быть полезными для тех специалистов, кто стремится вывести свои научные исследования за пределы конкретной предметной области и получить возможность развивать практико-ориентируемую теорию для эффективных результатов, адаптируемых для различных направлений деятельности.

ОБСУЖДЕНИЕ

Любые явления и предметы имеют свою собственную архитектуру, поскольку строятся по особым принципам и правилам, чтобы соблюсти качество, надежность и долговечность конструкции. Если говорить об архитектуре применительно к человеку, то под архитектурой подразумевается не только согласованное и логическое функционирование составляющих человека частей, но и эстетическое представление о внутренней сущности человека. Соответственно, если рассуждать об этом аспекте, то, когда речь заходит об архитектуре чего-либо, то возникает необходимость говорить о дизайне. С данным понятием мы сталкиваемся, как правило, тогда, когда речь заходит о качественном, индивидуальном, эффектном и стильном проекте помещения, здания, прилегающих территорий, зеленых насаждений (ландшафтный дизайн) и его реализации. По сути, любой дизайн отражает особенности личности того человека, кто является заказчиком дизайн-проектов. Однако заботясь о красоте тех помещений, где живет человек, мы редко задумываемся о том, что у каждого человека тоже должен быть дизайн. При этом следует учесть, что дизайн внутренних аспектов существования человека определяет и соответствующий дизайн внешних аспектов поведения, что способствует созданию гармоничной личности.

ЭКОЛОГИЯ ДИЗАЙНА ЧЕЛОВЕКА

В основе дизайна человека лежит экология, которая складывается из его характеристик с позиции интерпретации тех ценностей и качеств, которыми должен обладать человек в идеальной модели своей деятельности, чтобы исключить искаженную интерпретацию данных качеств. Однако понятие «экология» используется, как правило, применительно к существующим проблемам касательно окружающей среды. В дальнейшей понятие «экология» стало практически универсаль-



ным для отображения существующих проблем в той или иной области, включая и самого человека. Исходя из подобной интерпретации исследователи использовали понятие «экология» и когда говорили о сознании, о духовном развитии человека, о душе. В частности, В.А. Скребец интерпретировал суть экологического сознания, как высший уровень психического отражения природной и искусственной среды, своего внутреннего мира и, главное, рефлексия места и роли человека в этом мире (Скребец, 1998). В частности, С.Ф. Минакова, Е.А. Горячева видели экологию личности в сохранении ее целостности, что достигается благодаря разуму, чего у современных людей не всегда хватает (Горячева, 2014).

Так как же совместить в изучении человека такие составляющие, как дизайн и экология? Как правило, дизайн отражает внешние аспекты жизни человека, но внешние аспекты являются отражением нашего внутреннего мира, то есть то, какими желаниями, целями и ценностями руководствуемся. Зачастую многие люди испытывают диссонанс от несовпадения внешнего и внутреннего, поскольку внутренне ты можешь быть одним тем, кто в общении с близкими руководствуется моральными принципами, а внешне быть карьеристом, кто, оправдывая свои не всегда правильные способы достижения карьерных высот условиями выживания и самоутверждения в социуме, готов идти на любые жертвы, проявлять жесткость, чтобы реализовать свои амбиции. В этой связи экология дизайна человека определяется стремлением к духовным основам своего мышления и поведения. Здесь особое значение играют два аспекта: 1) наличие свободы воли и 2) синтез внешнего и внутреннего, когда человек в приоритет ставит стремление «быть, а не казаться», руководствуясь не внешними атрибутами успешной жизни и не чужим мнением, а своими духовными ценностями.

СИНТЕЗ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО В ЧЕЛОВЕКЕ

Постановка проблемы внешнего и внутреннего аспектов обуславливает возникновение вполне логичного вопроса о том, почему такого рода разделение происходит. Известный американский маркетолог К. Рапай отмечает особенность человеческого поведения, которая состоит в том, что большинство из нас не знает причин своих поступков, «даже самые дотошные из нас редко находятся в тесном контакте с собственным бессознательным. Мы мало связаны с этой мощной силой, движущей многими нашими действиями» (Рапай, 2008, стр. 9). В этой связи К. Рапай отмечает, что различные опросы и исследования так часто вводят в заблуждение и бесполезны, поскольку «все они отражают то, что люди говорят, а не то, что они подразумевают» (Рапай,



2008, стр. 9). Фактически формируется соотношение внешних и внутренних причин или, наоборот, их противостояние в поведении человека на том основании, что «человек реагирует на вопрос с помощью коры головного мозга, которая отвечает за интеллект, рассудок, а не за эмоции или инстинкты» (Рапай, 2008, стр. 9). Следует заметить, что чем больше влияние внешних условий, тем сильнее у человека формируется защитная реакция.

Между тем, говоря о внутреннем и внешнем аспектах деятельности, подразумевается наличие так называемых первичных и вторичных потребностей, когда сила актуализации вторых настолько ошутима, что они начинают восприниматься как первичные детерминанты деятельности. Это особенно показательно, когда ученые пытаются соотносить потребности с тем, что необходимо для общества в личности. Именно поэтому в приоритете так называемые общественные потребности, когда в развитии личности требования общества превращаются во внутреннюю потребность и переживаются как чувство долга. Как следствие, для воспитания воли В.А. Иванников поддерживает мнение многих исследователей, что для этого необходимы стойкие общественные потребности; положительное отношение к деятельности и общественно одобряемые цели; стойкие установки к действию (Иванников, 2006, стр. 63).

Исследователи сталкиваются с тем, что чем больше имеется информации и возможности ее получить, тем больше наблюдается тенденция к деградации в плане мотивированности деятельности. Тенденция идет к тому, что люди стали меньше анализировать свои поступки, заниматься самомотивацией и слышать свои потребности (укороченная мотивация, либо ложная), то есть происходит отчуждение социального Я от личностного. Формируется внутренний конфликт, поскольку человек не успевает адаптироваться к тому, как меняется информационно-техническая среда и как обратная реакция, человек упрощается сам в восприятии действительности. В. Франкл разводит понятия внешний и внутренний, пытаясь показать, что сложно совместить действующего и управляемого человека. Согласно его мнению, два в одном быть не может, поэтому только от человека зависит, насколько он будет подвержен внешним или внутренним раздражителям, а процесс потребления будет для человека управляющим и направляющим механизмом. В связи с этим в своем исследовании он вступает в полемику с З. Фрейдом, Э. Фроммом и К.-Г. Юнгом, которые пытались в первом случае внешние факторы, а во втором – внутренние сделать абсолютными детерминантами. Пытаясь показать аспекты реализации внешней и внутренней мотивации, В. Франкл приводит в



качестве примера ситуацию, когда люди непроизвольно краснеют от того, что нервничают. Это отменить нельзя, но возможно поменять установку: вместо внушения себе того, что краснеть не надо, необходимо сказать: «Вот я сейчас так покраснею и ожидаемое не произойдет» (Франкл, 2000, стр. 93-94). Речь идет о замещении установок на уровне мотивации: если человек мотивирует сам себя, используя ложные мотивации и определяя свои соображения как единственно верные, направленные на нанесение вреда ему же, что приводит к неврозам, то в этих случаях специалисты перенаправляют мотивацию, выбирая в качестве стимула более объективные.

Изучая влияние социальных процессов, Н. Луман четко определяет, что влияние внешних факторов на человека имеет также свои пределы, которые устанавливаются самим человеком для ограничения навязываемого потока информации и символов. Говоря при этом о симбиотических символах различных медиа, Н. Луман обращает внимание на тесную зависимость между возможностями применения и возможностями препятствовать применению, которое как раз и вытекает из внутрисистемной активации структурных связей. При этом ученый справедливо отмечает, что «многое зависит от тренировочной самовосприимчивости» (Луман, 2005, стр. 223). Для грамотного постижения в этой связи внешних связей и закономерностей необходим личностный опыт понимания самого себя. Н. Луман видит процесс мотивирования именно в этом. Неслучайно он говорит о том, что медиакоммуникации в большей степени опираются на специфику структурных сцеплений с психикой и организмом. При этом он обращает внимание на то, что все симбиотические символы налагают запреты на самодовлетворение. Они настроены на то, что тело будет использоваться согласно меркам социального кондиционирования, вне непосредственной связи с тем, что ему внушает сознание (Луман, 2005, стр. 223). Как утверждает Н. Луман, надежность общества заключается в функционировании организации, вероятно, по этой причине обществу необходимо мотивировать субъектов к осуществлению нужных ему действий, а также контролировать и направлять индивидуальные сознания к коллективному результату (Луман, 2005, стр. 224). В этом как раз и заключается обоснование внешней мотивации со стороны как экономического сегмента, так и властных структур общества для осуществления контроля над субъектами.

В этой связи, говоря о релевантности человеческих предпочтений, более уместно использовать цитату М. Вебера, который утверждал, что зачастую можно наблюдать полное несовпадение сферы ценностей и эмпирической сферы. Последняя ярко отражается в том факте, что

«применение определенной, даже самой “прогрессивной” техники ничего не говорит об эстетической ценности художественного произведения» (Вебер, 1990, стр. 582).

Проблема формирования внешних и внутренних предпочтений осуществляется на основе соотнесенности внешней и внутренней мотиваций, которые представлены в выборе субъектных или социальных детерминантов деятельности индивида. Речь идет о соотношении личностных потребностей и социально обусловленных предпочтений, то есть о потребностях, предметах и средствах их удовлетворения. Другое дело, что проблема состоит именно в том, что данные средства как внешние стимулы очень сильны по оказываемому влиянию на субъект в силу его социальной составляющей. Именно по этой причине мотивация зачастую рассматривается как нечто внешнее по отношению к субъекту, или, как утверждает В.А. Иванников, «самостоятельная сила, управляющая поведением и приводящая к “тирании желаний”» (Иванников, 2006, стр. 164).

Внешний и внутренний аспекты деятельности в своем соотношении определяется и тем, как соотносится личная мотивация с социальной. Личная мотивация является следствием убеждения человека в правильности своих действий и тем, каким образом он идет к своей цели, как его личная мотивация не совпадает с убеждениями общест-венности, имеющей свой взгляд на действия субъекта, которые должны соотноситься и с пользой для общества. Например, при помощи аппарата МРТ нейрофизиологи и в дальнейшем нейромаркетологи определили, что в ситуации с предупреждением курильщиков о разного рода страшных последствиях курения на этикетках сигарет дают обратный эффект. Как указывал М. Линдстром, это связано со спецификой функционирования области прилежащего ядра, играющего ключевую роль в получении человеком приятных ощущений и которое в возбужденном состоянии требует постоянного увеличения дозы (Линдстром, 2010, стр. 8).

Проблема внешнего-внутреннего деятельности привлекает внимание многих исследователей. Еще Б.Ф. Ломов подчеркивал, что любая реальная актуальная деятельность имеет и внешнее, и внутреннее (внешний и внутренний планы или стороны), и они связаны между собой неразрывно. Подобную связь исследователь усматривал и в том, что любое внешнее действие опосредствуется процессами, протекающими внутри субъекта, а внутренний процесс так или иначе проявляется вовне. Вместе с тем под влиянием внешнего изменяется и внутреннее. По этой причине Б.Ф. Ломов видел одну из главных задач психологии в поиске того, как связаны внешняя и внутренняя стороны



деятельности, полагая, что раскрыть внутреннюю сторону возможно, изучив внешнюю (Ломов, 1984, стр. 212). Между тем внешняя сторона деятельности настолько многообразна, как мотивов (о чем говорил и сам Б.Ф. Ломов, считая мотив поливалентным механизмом (Ломов, 1984, стр. 207), что подобное исследование может завести в тупик. Достаточно вспомнить Г. Мюррея, который предложил классификацию мотив, содержащую их большое количество. Более вероятно следовать векторам развития деятельности, ориентируясь на внутренние детерминанты деятельности, а именно – потребности, поскольку суть поступков человека не меняется, трансформируется только их содержание на уровне вариантов и возможностей того или иного выбора.

Вопрос о дифференцировании внешнего и внутреннего зачастую в исследованиях, особенно в психологии, носит поверхностный, буквальный характер, когда исследователи считают очевидным факт того, что человеческая деятельность может быть обусловлена как внешне, так и внутренне. Проблема в данном контексте заключается в том, что цели той или иной активности субъекта рассматриваются с точки зрения не первичного смысла, а смысла здесь и сейчас, лежащего, так сказать, «на поверхности». Ж. Нюттен под внешними целями, которые лежат в основе внешней мотивации, видит те цели, которых достигает человек не ради себя, а ради кого-то или чего-то: «Можно сказать, что в мотивационном функционировании есть что-то порочное: любую деятельность мы осуществляем ради каких-то других, не внутренних целей» (Нюттен, 2004, стр. 117). В данном контексте необходимо различать средства и цели, первые из которых служат условиями и возможностями достижения конечной цели, вторые основаны на той или иной потребности. Специфика человеческого поведения гораздо глубже и сложнее, чем многие пытаются это представить, поскольку очевидные на первый взгляд цели и понимаемые как истинно верные сегодня, завтра могут потерять свою актуальность и восприниматься нередко с удивлением. То, что актуально и значимо для человека в подростковый период, может стать абсолютно неинтересным и ненужным уже в зрелом возрасте.

Внешние знаки наших действий мы связываем с внутренними побуждениями и искренне верим в то, что это нам необходимо в данной ситуации. Такого рода понимание внешнего и внутреннего становится причиной наших заблуждений и сомнений относительно попытки понять то, что нам нужно. Не найдя удовлетворения, мы вынуждены вновь активировать свой поиск и верить в совершенно обратные цели и искать иные, противоположные предыдущим смыслы. В этом состоит причина постоянно меняющихся желаний, а с ними и

пониманий того, что необходимо. Как отмечает Ж. Нюттен, «мы имеем дело с двумя типами соотношений целей и средств, а не с двумя типами мотивации» (Нюттен, 2004, стр. 118). В этой связи внешняя мотивация никак в данном контексте не предполагает формирование поведения субъекта посредством влияния внешних факторов. Здесь принимается во внимание сила их воздействия на направление той или иной деятельности и поиска форм активности и объектов своих желаний. Поэтому объективной выглядит позиция Ж. Нюттена, который утверждал, что конечная цель всегда является внутренней по отношению к основной мотивационной ориентации (Нюттен, 2004, стр. 117-118). В этой связи становится понятным, что указанный исследователь не поддерживал идею разделения мотивации на внешнюю и внутреннюю, при этом утверждая, что не вся мотивация поддерживается внешними факторами. По сути, деятельность субъекта на уровне мотивации складывается таким образом, что, несмотря на объективную суть ценностей, каждый субъект соотносит свои действия с ними, а также вносит свое, субъективное понимание данные ценностей. Например, если взять такую ценность, как вера в бога, то мы не можем утверждать, что она одинакова у всех, так как разные люди в стремлении к богу выбирают как ортодоксальные, так и неортодоксальные религиозные учения. Кроме того, даже люди, исповедующие одно религиозное учение, обладают разной степени выполнения религиозных догм. Разные люди понимают понятие «верующий» по-разному, несмотря на одинаковую суть в изложении своих аргументов. В частности, один считает себя верующим, потому что соблюдает все посты, старается вести правильный образ жизни и регулярно ходит в церковь на службу и на исповедь. Тогда как другой человек, также считая себя верующим, ходит в церковь по желанию или по большим праздникам. Третий, считая себя верующим, предпочитает личный диалог с богом, минуя церковь и священников как посредников. Следовательно, предпочтения в рамках реализации данной ценности различны.

Проблема соотношения внешнего и внутреннего определяется, в первую очередь, тем, что человек не всегда понимает, осознает влияние на его поведение внешних факторов. Объяснение этому находит Д.Н. Узнадзе, который определяет характерной чертой внутреннего поведения то, что субъект не чувствует, «что его деятельность направлена чужой волей. Это обстоятельство позволяет предположить, что в случае внушения поведение человека и в самом деле направляет не чужая воля, а он сам, хотя объективно он выполняет только чужой приказ» (Узнадзе, 2004, стр. 160). В результате соотношение внешней и внутренней мотивации превращается в некую борьбу внешних и внутренних



детерминант деятельности в той или иной теории. Однако существуют и компромиссные теории, рассматривающие в качестве источника деятельности, с одной стороны, потребности, с другой стороны, общество.

Проблема соотношения внешнего и внутреннего восходит к проблеме соотношения первичных и вторичных потребностей, теоретическое обоснование которой связано с именем К. Левина. Ученый различил потребности и квазипотребности, то есть определил первичные и вторичные потребности, что является весьма актуальным для многих исследователей и сегодня. К. Левин анализирует потребности человека с позиции теории поля, понимая под ним жизненное пространство индивида, состоящее из человека и психологической окружающей среды. Наряду с этим он пытался обосновать определяющую роль потребности в человеческой деятельности. Однако, согласно его теории, потребность скорее является формой, нежели источником деятельности субъекта, поскольку К. Левин определил потребность как проявление привычки (ассоциации) (Левин, 2000, стр. 25).

«ЭКОЛОГИЯ» И «ДИЗАЙН» СОВРЕМЕННОЙ ЭЛИТЫ

Дизайн современной элиты строится на основе экологии ее личностных качеств. Общеизвестным является тот факт, что понятие экологии, как правило, ассоциируется с проблемами загрязнения окружающей среды. Однако говорить об экологических проблемах в мире несущественно, если не обращать внимание, в первую очередь, на человека. Это связано с тем, что экология окружающего мира начинается с экологии сознания человека, вернее начинается с тех механизмов осмысления и экспертной оценки того, какие действия человек осуществляет и для чего. Именно сознание и создает экологию человека и вместе с тем структурирует и придает особое значение осмысленным действиям и ценностно-волевому контролю в процессе реализации поставленных желаний. Кроме того, дизайн – это, в первую очередь, структурирование и визуализация желаний человека, поэтому экология дизайна человека формирует основы целенаправленного действия и морально-этической экспертизы задуманного. Дизайн человека – это не комплекс аспектов, формирующих его имидж и внешние атрибуты жизни. Дизайн человека – это интерсубъективный ресурс детерминации и инициации того или иного действия. Иначе говоря, это то, что создает структуру формирования действия. В этой связи уместно говорить о мотивации человека, поскольку благодаря ей формируется представление об этапах деятельностного процесса. По сути, когда мы говорим о мотивации, то подразумеваем дизайн человека, когда мы



говорим об экологии, то подразумеваем сознание и волю, которые при верной направленности и высоком уровне духовного развития создает экологию дизайна человека, достигаемая за счет экологии сознания личности.

Высший уровень экологии дизайна современной элиты определяется пониманием ценностей и их трансляция в профессии, особенно при общении с людьми. В сущности, на пути достижения своей экологии элита должна исключить из экспертной оценки своей деятельности феномен элитизма, то есть это когда личностные качества отходят на второй план, а в приоритете остается только возвышение себя за счет внешних атрибутов успешности и власти, будь то статус, материальные достижения и ярко выраженный эгоцентризм.

В этом и состоит определенный смысл экологии элиты, чтобы избавиться от загрязняющих истинную суть элиты смыслов. Причем не последнюю роль в этом процессе играют средства массовой информации, которые навязывают определенные стереотипы лидеров, ориентируемые на поверхностное, фрагментарное создание образа, который обусловлен стремлением к популярности и медийности имиджа в целом. Тогда как экология личности начинается с формирующих ее целостность составляющих (цели и ценности). Губительным для экологии элит является получаемая информация, вернее ее количество, зачастую далекое от качества. Огромный поток информации не дает времени на осмысление. Человек в большей степени зациклен на поиске, чем на качестве подаваемой информации. В этой связи Н. Постман напрямую связывает экологию личности с экологией средств массовой информации, полагая, что главной ценностью современного общества стала информация, а не личность (Postman, 1992, p. 69-70). Как отмечала М.И. Ивлева, наблюдается разрыв связей между информацией и человеческим целеполаганием, поскольку информация поступает в больших объемах и в то же время оторвана от конкретного смысла, не привязана какой-либо теории и цели (Ивлева, 2017, стр. 184). В этой связи только личность с сильной волей, осмысленными действиями и с четкой системой ценностей может воспринимать поток информации избирательно, учитывая свои предпочтения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, рассматривая экологию как основу дизайна современной элиты, необходимо подчеркнуть, что экология их личности складывается в процессе взаимодействия внешнего и внутреннего аспектов деятельности, когда особую значимость приобретает сознание, способствующее осмыслению своих действий, проявление их целе-



направленности, свобода воли, морально-этическая экспертиза заду-
манного в ориентире на ценностный потенциал.

Список литературы

- Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Knopf.
- Вебер, М. (1990). «Объективность» социально-научного и социально-политического познания. Москва: «Прогресс».
- Горячева, Е. А. (2014). Визуальная среда в экологии личности. Социально-гуманитарные знания, (12), 94-100.
- Иванников, В. А. (2006). Психологические механизмы волевой регуляции. СПб: «Питер».
- Ивлева, М. И. (2017). Взаимосвязь медиа экологии и экологии личности в теории коммуникации Н. Постмана. Право и практика, 3, 182–185.
- Карабущенко, П. Л. (2019). Антропологическая элитология. Монография. Москва: «ИНФРА-М».
- Левин, К. (2000). Теория поля в социальных науках. Санкт Петербург: «Сенсор».
- Линдстром, М. (2010). *Buyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя*. Москва: «Эксмо».
- Ломов, Б. Ф. (1984). Методологические и теоретические проблемы психологии. Москва: Наука.
- Луман, Н. (2005). Медиа коммуникации. Москва: «Логос».
- Нюттен, Ж. (2004). Мотивация, действие и перспектива будущего. Москва: «Смысл».
- Рапай, К. (2008). Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему. Москва: «Юнайтед Пресс».
- Скребец, В. А. (1998). Экологическая психология. Киев: «МАУП».
- Узнадзе, Д. Н. (2004). Общая психология. Москва: Смысл.

References

- Goryacheva, E. A. (2014). Visual environment in the ecology of personality. *Socio-humanitarian knowledge*, (12), 94-100. (In Russian).
- Ivannikov, V. A. (2006). *Psychological mechanisms of volitional regulation*. Saint Petersburg: Peter (In Russian).
- Ivleva, M. I. (2017). Interrelationship of media ecology and ecology of personality in N. Postman's theory of communication. *Law and Practice*, 3, 182-185 (In Russian).
- Karabushchenko, P. L. (2019). *Anthropological elitology*. Moscow: Infra-m (In Russian).
- Levin, K. (2000). *Field theory in the social sciences*. Saint Petersburg: "Sensor" (In Russian).
- Lindstrom, M. (2010). *Buyology: A fascinating journey into the brain of the modern consumer*. Moscow: Eksmo (In Russian).



- Lomov, B. F. (1984). *Methodological and theoretical problems of psychology*. Moscow: Nauka (In Russian).
- Luhmann, N. (2005). *Media communications*. Moscow: Logos (In Russian).
- Nutten, J. (2004). *Motivation, action and the perspective of the future*. Moscow: Meaning (In Russian).
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Knopf.
- Rapaille, K. (2008). *The cultural code: How we live, what we buy and why*. Moscow: United Press (In Russian).
- Skrebets, V. A. (1998). *Ecological psychology*. Kiev: MAUP (In Russian).
- Uznadze, D. N. (2004). *General psychology*. Moscow: Meaning (In Russian).
- Weber, M. (1990). *"Objectivity" of socio-scientific and socio-political cognition*. Moscow: Progress (In Russian).