

УДК 069

Бак. Д.Е. Галимов
Рук. С.Ф. Масленникова
УГЛТУ, Екатеринбург

МУЗЕИ КАК ТРАНСЛЯТОРЫ ОПЫТА РАЗВИТИЯ ИЗВЕСТНЫХ МИРОВЫХ КОМПАНИЙ

Современные крупные коммерческие компании уже больше чем просто бизнес – это история! Почему многие корпорации открывают свои музеи? Собственный музей для компании мирового масштаба в наши дни – это не только престиж, но и способ показать путь своего развития. Функция образования и воспитания основывается на информативных и экспрессивных свойствах музейного предмета. Она обусловлена познавательными и культурными запросами общества и осуществляется в различных формах экспозиционной и культурно-образовательной работы музеев. У многих вызывают восхищение такие компании и их основатели. Поэтому в этой статье нам бы хотелось рассказать о четырех самых интересных музейных экспозициях мировых компаний.

Музей компании Intel (США, Калифорния, Санта-Клара). Компания Intel – потрясающая компьютерная компания, которая находилась у истоков компьютерной революции. Она участвовала в разработке первых микропроцессоров, совместных глобальных и революционных проектов с компаниями Apple и Microsoft, IBM, Sony, выполняла заказы государственной секретности для правительства США и Пентагона. Intel до сих пор занимает лидирующую позицию по разработке и производству внутренних технологий для гаджетов и девайсов. Сейчас трудно найти человека, у которого нет продукта от Intel, ведь почти в каждом современном телефоне, компьютере и даже в холодильнике и микроволновке как минимум стоит один процессор от этой компании [1].

Корпорация решила сохранить историю своего успеха, своих ошибок, прорывов в индустрии. Для этого Intel открыла свой собственный музей в одном из своих офисов в США в 1992 г., а уже через семь лет его площадь увеличилась до одного квадратного километра. Экспозиция музея постоянно меняется, пополняется новыми экспонатами. Каждый человек, посетивший данный музей, обычно уходит в восторге, особенно дети [1].

Следует отметить, что музей компании Intel достаточно скрыт от интернет-пользователей, его трудно найти на просторах сети Интернет, а съемка внутри музея запрещена. Но это не проявление жадности или скрытности компании, ведь посетить данный музей можно абсолютно бесплатно в любой день недели, кроме воскресенья. Просто компания хочет сохранить интригу, ведь каждый посетитель получает собственное шоу.

Музей компании Mitsubishi (Япония, Токио, Иокогама). Mitsubishi – легендарная корпорация, основанная в Японии, которой в 2020 г. исполнится 150 лет. Компания начинала с производства судовой техники, но сейчас на ее предприятиях разрабатываются и создаются двигатели для военных и пассажирских самолетов не только для Японии, но и для всего мира. Mitsubishi имеет более 30 дочерних компаний, чей суммарный оборот составляет 10 % от ВВП Японии. Несмотря на то, что Япония – одна из самых высокоразвитых и богатых стран мира, компания является одним из крупнейших работодателей мира. Ведь более 350 тыс. человек работают в Mitsubishi [2].

Музей Mitsubishi создан в виде научно-технического центра для детей, но там будет очень интересно и взрослым. Музейные экспонаты не встретишь в повседневной жизни, например скафандры, реактивные двигатели, автомобили с крыльями, летающие скейтборды, роботы и т.д. Их можно здесь увидеть, потрогать, сдвинуть, а еще попробовать посоревноваться в навыках с искусственным интеллектом [2]. Но самое главное, что будоражит посетителей музея, – это различные симуляторы, начиная от вертолета и заканчивая космическим кораблем. Экспозиция музея Mitsubishi имеет несколько зон, раскрывающих историю компании и транспорта, демонстрирующих различные механизмы, рассказывающих об истории покорения человеком окружающей среды, космоса, океана и т.д.

Музей Mitsubishi в отличие от музея Intel платный, но цена небольшая и в пересчете на наши деньги составляет около 250–300 руб. Кроме того, в этом музее можно приобрести очень дешевые сувениры с символикой компании. Главная идея музея – заинтересовать новое поколение в развитии технологии, способствующей развитию мира и самосовершенствованию личности.

Музей компании Sony (Япония, Токио, Минато). Компания Sony – еще одна легенда в индустрии технологий. Она стала символом открытий и множества прорывов не только в технологии, но и в науке в целом. Sony входит в топ 50 богатейших компаний мира, несмотря на свою молодость. Корпорация занимается в основном разработкой и производством техники (телефоны, игровые приставки, компьютеры, телевизоры и т.д.), но также она создает потрясающие и легендарные виртуальные игры совместно с крупнейшими игровыми компаниями, развивает цифровые технологии совместно с Apple, Google, IBM, Intel, Microsoft и многими другими крупными компаниями [3].

Музей Sony имеет схожие черты с двумя предыдущими музеями. Он посвящен науке и технологиям, тому, как современные технологии подчиняются законам физики, ведь производство игр, телефонов и т.д. – очень сложный процесс. Для нас сейчас кажется, что это какая-то магия, но экскурсоводы музея Sony объясняют, как работает то, чем мы пользуемся

каждый день и даже не задумываемся, что это гениально. Музей Sony так же, как и музей Intel, скрывает свои экспонаты от Интернета, внутри музея запрещено фотографировать. Но «изюминкой» этого музея является планетарий с мощнейшими в мире телескопами, благодаря которым посетители могут рассмотреть больше двух миллионов звезд, созвездия и планеты, которые находятся на расстоянии многих световых лет от нас. Аналога данным телескопам нет, а компания Sony не спешит их продавать [3].

Музей Sony – потрясающее место, позволяющее понять современную науку, ее принципы, миссию, философию, а также направление ее развития в будущем. Посещение музея бесплатное для тех, у кого есть с собой продукт от Sony, если нет, то цена не очень высока, примерно 200–250 руб.

Музей компании The Coca-cola Co (США, Джорджия, Атланта). Компания The Coca-cola Co – самая богатая пищевая компания в мире, занимающая 5-е место в мировом рейтинге. Это, пожалуй, самый узнаваемый бренд в мире. Компания была основана почти 140 лет назад обычным фармацевтом, который искал напиток, чтобы помочь людям с проблемами желудочно-кишечного тракта. Сейчас продукция компании заполонила весь современный пищевой рынок. На своих предприятиях Coca-cola производит почти все, что лежит на полках магазина, начиная от знаменитых газировок и заканчивая детским питанием, мороженым и йогуртами [4].

История компании Coca-cola богата различными событиями, она пережила многое за это время. И не раз эта компания переворачивала мир так же, как Apple, Facebook, Google в информационно-коммуникативных технологиях. Именно Coca-cola подарила всем людям образ Санта Клауса. До сих пор у многих людей новый год ассоциируется с Coca-cola и 90 % значимых мировых событий (чемпионаты мира, олимпиады и т. д.) спонсирует компания Coca-cola [4].

Музей Coca-cola посвящен только легендарной газировке, с которой все началось. Открыл он свои двери впервые в 1991 г., и за это время его посетили более 10 млн чел. Музей Coca-cola – это ультрасовременный комплекс зданий. В музее представлены тематические экспозиции того, как Cola влияла на мировую культуру с начала XX в., а также галерея, интерактивные стенды, где можно переместиться назад во времени [4]. Компания даже сделала аттракцион, где нужно пройти полосу препятствий и вскрыть сейф, в котором находится секретная формула газировки (это, правда, только правительство страны и два владельца компании знают секретный ингредиент газировки, который не пишется на бутылке). Люди, которые смогли вскрыть сейф, сказали, что «Секретный ингредиент», написанный на бумажке, это слово «Love» (любовь).

Нам кажется, что музей Coca-cola посвящен в основном не продукту, а людям, которые создают культуру. В музее больше всего фотографий людей, чем газировки. У входа написано «Улыбайся всегда!». Несмотря на то,

что компания очень богатая, она сделала платным посещения музея. Примерная стоимость билета – 1000 руб.

Таким образом, в этой статье нам хотелось показать, что мировые компании не только думают о деньгах, но и о воспитании и образовании людей. Ведь музеи – это не только наше прошлое, музеи – это наше настоящее! А мы – все люди – творим историю, создаем будущую культуру. Очевидно, что эти музеи также важны, как, например, научные, исторические, художественные или краеведческие музеи. Мы должны совершенствовать этот мир и сохранять для потомков нами пройденный путь. Музей для нас – это тот храм, в котором хранится знание о том, как развивался мир раньше, каков он сейчас, а возможно, и каким он будет в будущем.

Библиографический список

1. Intel: сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intel.ru/content/www/ru/ru/company-overview/intel-museum.html>
2. Mitsubishi: сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mitsubishi-motors.ru>
3. Sony: сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sony.ru>
4. The Coca-cola Co: сайт компании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com>

УДК 811.92

Студ. А.Ю. Грицаев
Рук. Л.В. Лисицына
УГЛТУ, Екатеринбург

ИСКУССТВЕННЫЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЯЗЫКА ШИПФЕРА)

Человек в своей жизни в большинстве случаев имеет дело с естественными языками. Но начиная с XVII в., ученые не оставляли попыток создать искусственные языки, отвечающие определенным потребностям, например, объединить в коммуникации людей, говорящих на разных языках, создать языки героев в определенных литературных, кинематографических и музыкальных произведениях. В большинстве своем, конечно, создавались искусственные языки для универсальной коммуникации. Примерами таких языков могут служить следующие: волапюк, эсперанто, идо, логлан, омо и др. Как известно, искусственный язык – это некий специализированный язык, в котором фонетика, лексика, грамматика специально