

ISSN 2410-0773

# SocioTime

## Социальное время

2 (38)  
2024

Научный журнал

Издаётся с 2015 года

Выходит 4 раза в год

Главный редактор  
В. П. Шалаев

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС77-59171 от 03.09.2014

Территория распространения: Российская Федерация, зарубежные страны

Учредитель и издатель: ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» (г. Йошкар-Ола)

Адрес учредителя и издателя: 424000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3

Адрес редакции: 424000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3, каб. 426  
Тел.: 8(8362)68-60-40, 8(8362)68-68-00. E-mail: sociotime@volgatech.net

Журнал включён в Перечень рецензируемых научных изданий, публикующих основные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук и доктора наук (решение Президиума ВАК России при Министерстве образования и науки РФ от 23.03.2018) по следующим направлениям: 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы; 5.4.5. Политическая социология; 5.4.6. Социология культуры; 5.4.7. Социология управления; 5.6.1. Отечественная история; 5.6.2. Всеобщая история; 5.6.3. Археология; 5.6.4. Этнология, антропология и этнография; 5.6.7. История международных отношений и внешней политики; 5.7.1. Онтология и теория познания; 5.7.2. История философии; 5.7.6. Философия науки и техники; 5.7.7. Социальная и политическая философия; 5.7.8. Философская антропология, философия культуры.

Редактор русского текста Н. М. Москвичева  
Компьютерная вёрстка В. В. Хренков

Подписано в печать 30.12.2024. Формат 70×100<sup>1/16</sup>. Бумага офсетная.  
Усл. печ. л. 10,85. Тираж 500 экз. Заказ № 0513  
Дата выхода в свет: 21.02.2025. Цена свободная.

Поволжский государственный технологический университет. 424000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3.  
Отпечатано в ООО «Вертола». 424004, г. Йошкар-Ола, ул. Льва Толстого, 45.

Перепечатка или воспроизведение материалов номера  
допускаются только с письменного разрешения редколлегии.

© Поволжский государственный  
технологический университет, 2024



## *РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ*

*Шалаев Владимир Павлович*, д-р филос. наук, проф. (Йошкар-Ола) – главный редактор  
*Дахин Андрей Васильевич*, д-р филос. наук, проф. (Нижний Новгород)  
*Ильин Владимир Иванович*, д-р социол. наук, проф. (Санкт-Петербург)  
*Лепский Владимир Евгеньевич*, д-р психол. наук, проф. (Москва)  
*Полутин Сергей Викторович*, д-р социол. наук, проф. (Саранск)  
*Тишкин Алексей Алексеевич*, д-р ист. наук, проф. (Барнаул)  
*Шатунова Татьяна Михайловна*, д-р филос. наук, проф. (Казань)  
*Хренков Вадим Владимирович*, канд. филос. наук, доц. (Йошкар-Ола) – отв. секретарь

## *РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ*

### **• Члены редсовета в регионах России**

*Аришинов Владимир Иванович*, д-р филос. наук, проф. (Москва)  
*Астафьева Ольга Николаевна*, д-р филос. наук, проф. (Москва)  
*Бекарев Адриан Михайлович*, д-р филос. наук, проф. (Нижний Новгород)  
*Беляев Владимир Александрович*, д-р полит. наук, проф. (Казань)  
*Войцехович Вячеслав Эмерикович*, д-р филос. наук, проф. (Тверь)  
*Гавров Сергей Назипович*, д-р филос. наук, проф. (Москва)  
*Дадаева Татьяна Михайловна*, д-р социол. наук, проф. (Саранск)  
*Дашковский Петр Константинович*, д-р ист. наук, проф. (Барнаул)  
*Дунец Александр Николаевич*, д-р геогр. наук, проф. (Барнаул)  
*Ершов Андрей Николаевич*, д-р социол. наук, проф. (Казань)  
*Ковалева Алла Владимировна*, д-р социол. наук, проф. (Барнаул)  
*Косачев Константин Иосифович*, канд. юрид. наук (Москва)  
*Кузнецов Андрей Александрович*, д-р ист. наук, проф. (Нижний Новгород)  
*Макимова Светлана Геннадьевна*, д-р социол. наук, проф. (Барнаул)  
*Малинецкий Георгий Геннадьевич*, д-р физ.-мат. наук, проф. (Москва)  
*Матвеева Наталья Александровна*, д-р социол. наук, проф. (Барнаул)  
*Муза Дмитрий Евгеньевич*, д-р филос. наук, проф. (Донецк)  
*Набиев Ринат Ахматгалиевич*, д-р ист. наук, проф. (Казань)  
*Павлова Анжелика Николаевна*, д-р ист. наук, доц. (Йошкар-Ола)  
*Пчелина Ольга Викторовна*, д-р филос. наук, доц. (Йошкар-Ола)  
*Савчук Валерий Владимирович*, д-р филос. наук, проф. (Санкт-Петербург)  
*Сергеев Сергей Алексеевич*, д-р полит. наук, проф. (Казань)  
*Смолин Олег Николаевич*, д-р филос. наук, проф. (Москва)  
*Солодухо Натан Моисеевич*, д-р филос. наук, проф. (Казань)  
*Сомов Владимир Александрович*, д-р ист. наук, проф. (Нижний Новгород)  
*Стирова Эльвира Маратовна*, д-р филос. наук (Москва)  
*Сухова Мария Геннадьевна*, д-р геогр. наук, проф. (Горно-Алтайск)  
*Черданцева Инна Владимировна*, д-р филос. наук, доц. (Барнаул)  
*Чумаков Александр Николаевич*, д-р филос. наук, проф. (Москва)  
*Шашкова Ярослава Юрьевна*, д-р полит. наук, доц. (Барнаул)  
*Щелкунов Михаил Дмитриевич*, д-р филос. наук, проф. (Казань)  
*Широкалова Галина Сергеевна*, д-р социол. наук, проф. (Нижний Новгород)

### **• Члены редсовета и представители журнала за рубежом**

*Бабосов Евгений Михайлович*, д-р филос. наук, проф. (Минск, Республика Беларусь)  
*Билалов Бахадур Анвер оглы*, канд. ист. наук, доц. (Баку, Азербайджан)  
*Ведлер Барбара*, д-р, проф. (Миттвайда, Германия)  
*Водопьянов Павел Александрович*, д-р филос. наук, проф. (Минск, Республика Беларусь)  
*Зеленков Анатолий Изотович*, д-р филос. наук, проф. (Минск, Республика Беларусь)  
*Ибрагимов Айдын*, д-р геогр. наук, проф. (Чанакалле, Турция)  
*Илиева Снежана*, д-р психол. наук, проф. (София, Болгария)  
*Корабельева Соня*, д-р психол. наук, проф. (София, Болгария)  
*Левичка Яна*, д-р, проф. (Трнава, Словакия)  
*Перинчек Мехмет Бора*, д-р ист. наук, проф. (Стамбул, Турция)  
*Проданов Васил*, д-р филос. наук, проф. (София, Болгария)  
*Рамтун Рой*, д-р, проф. (Афины, США)  
*Тараров Яков Владимирович*, д-р филос. наук, проф. (Харьков, Украина)  
*Тодорова Богдана*, д-р филос. наук, проф. (София, Болгария)

ISSN 2410-0773

# SocioTime

## Социальное время

2 (38)  
2024

*Scientific journal*

Founded in 2015

Published 4 times a year

Editor-in-Chief  
Vladimir P. Shalaev

**The journal is registered** in the Federal service for supervision of communications, information technology, and mass media (Roskomnadzor)

**Registration certificate:** ПИ № ФС77-59171 from 03.09.2014

**Area of distribution:** Russian Federation, foreign countries

**Founder:** FSBEI of HE "Volga State University of Technology" (Yoshkar-Ola)

**Founder office:** 424000, Yoshkar-Ola, 3, Lenin Square

**Editorial office:** 424000, Yoshkar-Ola, 3, Lenin Square, room 426  
Tel.: 8(8362)68-60 40, 8(8362)68 68 00. E-mail: sociotime@volgatech.net

*The scientific magazine is included in the List of the reviewed scientific editions publishing the main results of theses for a degree of the candidate of science and doctor of science (the decision of Presidium of VAK (Higher Attestation Commission) of Russia at the Ministry of Education and Science of the Russian Federation, of 23.03.2018) in the following directions: 5.4.4. Social structure, social institutions and processes; 5.4.5. Political Sociology; 5.4.6. Sociology of Culture; 5.4.7. Sociology of Management; 5.6.1. National History; 5.6.2. General History; 5.6.3. Archaeology; 5.6.4. Ethnology, Anthropology and Ethnography; 5.6.7. History of International Relations and Foreign Policy; 5.7.1. Ontology and theory of knowledge; 5.7.2. History of philosophy; 5.7.6. Philosophy of science and technology; 5.7.7. Social and political philosophy; 5.7.8. Philosophical anthropology, philosophy of culture.*

Editor *N. M. Moskvicheva*  
Computer imposition *V. V. Khrenkov*

Signed in 30.12.2024. The format 70×100<sup>1/16</sup>. Offset paper.  
Circulation 500 ind. Ordering № 0513  
Release date: 21.02.2025. Open price.



Volga State University of Technology. 424000, Yoshkar-Ola, 3, Lenin Square.  
Printed in "Vertola" LLC. 424004, Russia, Mari El Republic, Yoshkar-Ola, Lev Tolstoy street, 45.

Reprint or reproduction of material numbers is permitted  
only with prior written permission of the editorial board

© Volga State University  
of Technology, 2024

## EDITORIAL BOARD

*Shalae V. P.*, Doctor of Philosophy (Yoshkar-Ola) – Editor-in-Chief  
*Dakhin A. V.*, Doctor of Philosophy (Nizhny Novgorod)  
*Ilyin V. I.*, Doctor of Sociology (St. Petersburg)  
*Lepsky V. E.*, Doctor of Psychology (Moscow)  
*Polutin S. V.*, Doctor of Sociology (Saransk)  
*Tishkin A. A.*, Doctor of History (Barnaul)  
*Shatunova T. M.*, Doctor of Philosophy (Kazan)  
*Khrenkov V. V.*, Candidate of Philosophy (Yoshkar-Ola) – Executive Secretary

## EDITORIAL COUNCIL

### • **Members of the editorial board in the regions of Russia**

*Arshinov V. I.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Astafeva O. N.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Bekarev A. M.*, Doctor of Philosophy (Nizhny Novgorod)  
*Belyaev V. A.*, Doctor of Politology (Kazan)  
*Voitsekhovitch V. E.*, Doctor of Philosophy (Tver)  
*Gavrov S. N.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Dadaeva T. M.*, Doctor of Sociology (Saransk)  
*Dashkovsky P. K.*, Doctor of History (Barnaul)  
*Dunets A. N.*, Doctor of Geography (Barnaul)  
*Yershov A. N.*, Doctor of Sociology (Kazan)  
*Kovalyova A. V.*, Doctor of Sociology (Barnaul)  
*Kosachev K. I.*, Candidate of Philosophy (Moscow)  
*Kuznetsov A. A.*, Doctor of History (Nizhny Novgorod)  
*Maksimova S. G.*, Doctor of Sociology (Barnaul)  
*Malinetsky G. G.*, Doctor of Physical and Mathematical Sciences (Moscow)  
*Matveeva N. A.*, Doctor of Sociology (Barnaul)  
*Muza D. E.*, Doctor of Philosophy (Donetsk)  
*Nabiyev R. A.*, Doctor of History (Kazan)  
*Pavlova A. N.*, Doctor of History (Yoshkar-Ola)  
*Pchelina O. V.*, Doctor of Philosophy (Yoshkar-Ola)  
*Savchuk V. V.*, Doctor of Philosophy (Saint Petersburg)  
*Sergeyev S. A.*, Doctor of Politology (Kazan)  
*Smolin O. N.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Solodukho N. M.*, Doctor of Philosophy (Kazan)  
*Somov V. A.*, Doctor of History (Nizhny Novgorod)  
*Spirova E. M.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Sukhova M. G.*, Doctor of Geography (Gorno-Altaysk)  
*Cherdantseva I. V.*, Doctor of Philosophy (Barnaul)  
*Chumakov A. N.*, Doctor of Philosophy (Moscow)  
*Shashkova Y. Y.*, Doctor of Politology (Barnaul)  
*Shchelkunov M. D.*, Doctor of Philosophy (Kazan)  
*Shirokalova G. S.*, Doctor of Sociology (Nizhny Novgorod)

### • **Members of the editorial board of the journal and representatives abroad**

*Babosov E. M.*, Doctor of Philosophy (Minsk, Republic Belarus)  
*Bilalov B.*, Candidate of Philosophy (Baku, Azerbaijan)  
*Wedler B.*, Doctor, prof. (Mittweida, Germany)  
*Vodopianov P. A.*, Doctor of Philosophy (Minsk, Republic Belarus)  
*Zelenkov A. I.*, Doctor of Philosophy (Minsk, Republic Belarus)  
*Ibragimov A.*, Doctor of Geography (Chanakalle, Turkey)  
*Ilieva S.*, Doctor of Psychology (Sofia, Bulgaria)  
*Korabelyeva S.*, Doctor of Psychology (Sofia, Bulgaria)  
*Levická J.*, Doctor of Philosophy (Trnava, Slovakia)  
*Perincek M. B.*, Doctor of History (Istanbul, Turkey)  
*Prodanov V.*, Doctor of Philosophy (Sofia, Bulgaria)  
*Ramtun R.*, Doctor of Philosophy (Athens, USA)  
*Tararoiev Y. V.*, Doctor of Philosophy (Kharkiv, Ukraine)  
*Todorova B.*, Doctor of Philosophy (Sofia, Bulgaria)

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Слово главного редактора ..... | 7 |
|--------------------------------|---|

### ФИЛОСОФИЯ

**Артемова Ю. А.**

|                                                                                     |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Рефлексия социокультурной неопределённости в классической культурной парадигме..... | 9 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---|

**Гришечкина Н. В., Суслов И. В.**

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Идеологизация кинематографа: методологические схемы расшифровки социального знания..... | 25 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|

**Хренков В. В.**

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Функции коммерческой рекламы в современном обществе: социально-философский аспект..... | 41 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|

### СОЦИОЛОГИЯ

**Ольховская Ю. А.**

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Возможные пути улучшения практик заботы в домах престарелых в Российской Федерации ..... | 68 |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**Шахбанова М. М.**

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Религиозное поведение дагестанской молодежи ..... | 89 |
|---------------------------------------------------|----|

**Švedová M.**

|                                                                                                                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| The goals of sustainable development and their contribution to Slovakia from the point of view of globalization<br>(Шведова М. Цели устойчивого развития и их вклад в Словакию с точки зрения глобализации) ..... | 107 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| Подготовка и порядок приема рукописей..... | 121 |
|--------------------------------------------|-----|

## CONTENTS

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Column of the Editor-in-Chief ..... | 7 |
|-------------------------------------|---|

### *PHILOSOPHY*

***Artemova Yu. A.***

|                                                                                 |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|---|
| Reflection of sociocultural uncertainty in the classical cultural paradigm..... | 9 |
|---------------------------------------------------------------------------------|---|

***Grishechkina N. V., Suslov I. V.***

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| The ideologization of cinema: methodological schemes<br>for decoding social knowledge ..... | 25 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|

***Khrenkov V. V.***

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| The functions of commercial in present society: socio-philosophical aspect..... | 41 |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|

### *SOCIOLOGY*

***Olkhovskaya Yu. A.***

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Possible ways to improve care practices in nursing homes<br>in the Russian Federation ..... | 68 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|

***Shakhbanova M. M.***

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Religious behavior of Dagestan youth..... | 89 |
|-------------------------------------------|----|

***Švedová M.***

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| The goals of sustainable development and their contribution to Slovakia<br>from the point of view of globalization ..... | 107 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Preparation and procedure for acceptance of manuscripts ..... | 121 |
|---------------------------------------------------------------|-----|

## СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Тридцать восьмой номер научного журнала «**SocioTime / Социальное время**» (с 2018 года входит в перечень ВАК рецензируемых журналов России по направлениям «Философия», «Социология», «История») предлагает оригинальные научные материалы, подготовленные учеными и исследователями из различных университетов и научных центров России. Публикации посвящены актуальным вопросам философского, социологического и исторического знания. В фокусе 38 номера – современные и исторические процессы развития человека, общества и культуры.

Журнал «SocioTime» позиционирует себя как сетевое международное научное издание. Широкий круг редколлегии и международного редакционного совета представлен исследователями из университетов и академических институтов, в том числе Российской академии наук, из Йошкар-Олы, Казани, Нижнего Новгорода, Москвы, Санкт-Петербурга, Саранска, Твери, Барнаула, а также университетских центров зарубежья: Беларуси, Украины, Германии, США, Турции, Болгарии, Словакии, Азербайджана и др.

География участников данного выпуска традиционно широка и представляет труды ученых из Луганска, Саратова, Йошкар-Олы, Москвы, Махачкалы, Прешова (Словакия).

Содержательно тридцать восьмой выпуск «SocioTime» знакомит читателя с шестью исследованиями, объединенными двумя разделами – «Философия» и «Социология».

Раздел «**Философия**» состоит из трех научных авторских статей. В оригинальном материале *Ю. А. Артемовой (Луганский государственный университет им. В. Даля, Луганск)* дано философское осмысление рефлексии социокультурной неопределённости в классической культурной парадигме. Ученые из Саратова – *Н. В. Гришечкина и И. В. Суслов (Саратовский государственный медицинский университет, Саратовская государственная юридическая академия, Саратов)* – подвергли анализу феномен идеологизации кинематографа сквозь призму методологической схемы расшифровки социального знания, представленного его образами. В статье *В. В. Хренкова (Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола)* с социально-философской точки зрения рассмотрены функции коммерческой рекламы в современном обществе.

В разделе «**Социология**» – также три научные авторские работы. *В центре внимания исследования Ю. А. Ольховской (Институт этнологии и антропологии Российской академии наук, Москва)* – возможные пути улучшения практик заботы в домах престарелых в Российской Феде-

рации на современном этапе. Ученый из Махачкалы **М. М. Шахбанова (Дагестанский федеральный исследовательский центр, Махачкала)** *посвятила свой труд анализу* актуальных проблем религиозного поведения дагестанской молодежи в противоречивой ситуации развития современного российского общества. И, наконец, автор **М. Шведова (Прешевский университет, Словакия)** *во главу угла представленного изыскания поставила* Цели устойчивого развития и их реализацию в Словакии в контексте современных глобализационных процессов.

Тридцать восьмой номер журнала «SocioTime / Социальное время» традиционно характеризует широкая палитра авторов, регионов и тем, охватывающих актуальные вопросы современного человека и общества. Центральное место занимает проблематика российского общества, продолжающего свое развитие в противоречивых условиях современности.

Редколлегия приветствует исследовательские работы авторов из России и зарубежных стран, посвященные научному осмыслению актуальных процессов и проблем развития человека и общества в профиле основных разделов журнала. Отдавая дань уважения маститым авторам, мы уделяем особое внимание поддержке молодых исследователей, стремясь сохранить и развить научный диалог поколений, представляющих различные пространственно-временные континуумы развития современной философии, социологии и истории в области актуальных проблем рационального понимания современной цивилизации и культуры, человека и общества.

Наша журнальная площадка открыта для творческих обсуждений и дискуссий. «SocioTime / Социальное время» – это, несомненно, наше единое время, здесь и сейчас!

*Адрес редакции:* 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3, Поволжский государственный технологический университет, факультет социальных технологий, каб.: 426, 430 а.

E-mail: [sociotime@volgatech.net](mailto:sociotime@volgatech.net), [ksnt@volgatech.net](mailto:ksnt@volgatech.net)

Тел. редакции: 8(8362)68-68-00, 8(8362)68-68-40.

С требованиями к оформлению статей, правилами их публикации, а также антологией выпусков можно ознакомиться на сайте нашего журнала (<https://www.volgatech.net/sociotime/>) или в системе Elibrary.

Редколлегия желает вам оптимизма, неустанных творческих исканий и успехов на путях научного познания и нашего совместного труда по обретению опыта в деле совершенствования человека и общества в единой истории и культуре.

**В. П. Шалаев,**  
**доктор философских наук, профессор**





Научная статья

УДК 130.2:572

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.9>

## **РЕФЛЕКСИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ В КЛАССИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПАРАДИГМЕ**

**Ю. А. Артемова**

*ЛГУ им. В. Даля – Луганский государственный университет имени Владимира Даля, г. Луганск (Россия)*

*Введение.* Неопределённость является одним из субстанциональных качеств человеческого существования и в динамически взятой системе своих взаимоотношений представляет комплексную задачу для исследования. Данная статья посвящена основным направлениям осмысления проблемы неопределённости в истории философии, начиная от досократиков и завершая итальянским Возрождением. Анализ концептуализации феномена неопределённости, которую осуществляет классическая культурная парадигма, является плодотворным в качестве исследования поступательного раскрытия данной тематики в её социокультурном освоении. Проблематика неопределённости относится к действительности как когнитивного, так и экзистенциального характера. На протяжении культурной истории человечества проходило её осмысление в понятиях метафизики, антропологии, этики, социальной философии, теологии и эстетики.

*Методы.* Изучение процессов философского осмысления феномена социокультурной неопределённости, происходивших на протяжении истории классической культурной парадигмы, нуждается в комплексном соединении методов культурологического анализа. Исследование текстовой и мировоззренческой традиции, образующей предметное поле осмысления неопределённости, предполагает использование методов интерпретации и герменевтики. Необходимость понимания и учёта социально-исторического и общего мировоззренческого контекста конкретной эпохи и присущей ей модели интерпретации неопределённости обуславливает необходимость применения методологии исторического исследования и рассмотрения конкретных содержаний мировоззренческой традиции общества в их историческом становлении. Обращение к материалу философского наследия раз-

личных исторических эпох предполагает использование инструментария историко-философского изыскания.

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* Исследование социокультурной неопределённости в интеллектуальной традиции и культуре античности является плодотворным в плане культурологического и антропологического освещения данной проблемы. В своём историческом развитии древнегреческая философия раскрывает онтологические и гносеологические основания реальности неопределённого в мире и в познании. Появление вопроса о реальности человека, антропологический поворот, следы которого история философии отмечает в суждениях досократиков и который проявляется в учениях Сократа, Платона и Аристотеля, являются другой стороной актуальности осмысления проблемы неопределённости в контексте античной интеллектуальной традиции.

Динамика изменений и процессов в истории, общественной, политической жизни Греции и Рима, высокий уровень историографической традиции, развитое общественное сознание, острая политизация социума детерминируют значительную роль неопределённости в исторической реальности и её осмыслении. Вопросы причин исторических событий, роли отдельных личностей, возможности исторической альтернативы, особенности противостояния составляли содержание социально-политической и историографической проекции проблемы неопределённости.

От космоцентризма досократической философии, в контексте которого возможности и границы человеческого познания не рассматривались в качестве отдельной проблемы философского дискурса, от абсолютного статуса рационального идеала платонизма, допускающего неопределённость лишь в область «докса», частного, несовершенного человеческого мнения, мысль и культура эллинизма обращаются внутрь духовно-душевного пространства индивида. Если досократическую ориентацию в толковании проблемы неопределённости можно обозначить как космоцентричную, а позицию, доминирующую в классическом объективном идеализме, как эпистемоцентричную, то для философских систем эллинизма её правомерно обозначить как антропоцентрическую.

Для средневековой европейской философской традиции социокультурная неопределённость не выступала в качестве отдельного вопроса на уровне тематики философского дискурса. В системе томистической теологии неопределённость является характеристикой сотворённого мира и не относится к сфере сакрального. Выступая в качестве понятия философии и теологии, неопределённость выполняет функцию операционного термина метафизики, который совершенно не касается реальности человека и проблематизации неопределённости как транзитивного состояния, в котором человек может пребывать.

Парадигмальный статус религии и веры в отношении средневековой культуры во всей палитре её предметных областей обращает неопределённость в один из ведущих экзистенциалов человеческого существования и отношения к действительности. Культура христианского европейского Средневековья была пронизана неопределённостью как острым чувственно-психологическим состоянием субъекта, охватывающим восприятие всего окружающего мира. В масштабе сотворённого Богом мира проблема неопределённости выражалась в виде неопределённости часа Гнева Божия, времени наступления Апокалипсиса. В его напряжённом, экстатическом ожидании проходит история Средних веков. Другим со-

держательным наполнением концепта неопределённости, интенсивное развитие и широкая популярность которого приходится на Средневековье и Возрождение, является понятие Фортуны.

Глубокая трансформация отношения к человеческому существованию и к действительности, произошедшая в эпоху Возрождения, затронула проблему неопределённости как одного из самых остро переживаемых аспектов реальности человека. Осмысление в качестве неопределённости некоторых тематик мировоззренческого характера, получившее развитие в предшествующие эпохи Средневековья и Античности, продолжало рассматриваться в устойчивой связи с концептом неопределённости в литературных произведениях и философском дискурсе Возрождения.

Стихийный индивидуализм человека Возрождения, его самоутверждение, «сильные» личностные состояния чувств и действий, обстоятельства, аффицировавшие их, и последующий результат этого – весь комплекс данных условий образует собой специфически-возрожденческое понимание концепта неопределённости.

*Заключение.* В классической культурной парадигме содержательное наполнение концепта неопределённости происходит параллельно в виде определения философских понятий, связанных с данным феноменом, и в качестве осмысления неопределённости как одного из инвариантных состояний человеческого существования.

Античный мир, разрабатывая проблему неопределённости в философском и социальном дискурсах, поступательно конфигурирует её содержание в онтологическом, гносеологическом и социокультурном ключах. Средневековая проблематизация неопределённости, носящая по форме и содержанию религиозно-конфессиональную специфику, обладала острым чувственно-эмоциональным характером и проецировалась в социокультурных лейтмотивах неопределённости наступления Конца света и неопределённости загробной участи индивидуальной души. Культура и философский дискурс эпохи Возрождения внесли существенные трансформации в характер осмысления неопределённости как проблемы человеческого существования.

*Ключевые слова:* неопределённость, классическая культурная парадигма, экзистенциал, предел, Восток, Запад, страх, моральная позиция, Фортуна.

**Введение.** Социокультурная неопределённость представляет собой предмет научного исследования, который ранее не был выделен в качестве самостоятельной области для рассмотрения во всём комплексе социокультурных процессов и фактов, и в качестве проблемы, с которой связываются пути её рационального разрешения в проблемном поле философии культуры и философской антропологии. Неопределённость как одно из субстанциональных качеств человеческого существования, та проблематика, в виде которой неопределённость принимает конкретное выражение, пути её художественно-эстетической экспликации и философской рефлексии – всё это в динамически взятой системе взаимоотношений представляет комплексную задачу для исследования.

Неопределённость человеческого существования, неопределённость перспектив будущего для социума и культуры – тема поистине вечная, поскольку неизменно ощущаемым и осознаваемым состоянием субъекта, индивидуального или коллективного, является состояние неопределённости, проблематизируемое и теоретизируемое в каком-либо конкретном ключе: морально-этическом, социально-политическом, культурно-цивилизационном и др. Отечественные политологи говорят о неопределённости как о характеристике, описывающей современное состояние Российской Федерации во внешнем геополитическом пространстве: «В новейшей истории России 20-е годы нашего века, вероятно, станут либо определяющими, либо предопределяющими, непосредственно предшествующими большим переменам. За три десятилетия развития современного российского капитализма, политической системы, общественных отношений не только накопился богатый опыт, но и появился огромный массив противоречий и проблем, которые так или иначе должны быть решены» [1, с. 8].

В этом направлении интерес представляют классическая культурная парадигма и философские школы, развивавшиеся в системе её представлений, ценностей и всей континуальности социально-исторической жизни. Рассматривая процесс осмысления социокультурной неопределённости в мировоззрении мыслителей, принадлежащих к классической парадигме культуры, следует сделать акцент на том, что каждая из составляющих её исторических эпох внесла вклад в процесс существования, осмысления и выражения такого феномена, как неопределённость человеческого существования. Каждой из них соответствует собственное понимание проблемы неопределённости, в контексте которой данная проблематика обладает своими акцентами связи с действительностью социума и культуры.

Таким образом, исследование социокультурной неопределённости как темы философского дискурса предполагает анализ процесса его осмысления в научной и социокультурной истории человечества. Один из сегментов этой традиции, а именно осмысление и теоретизация неопределённости в классической философской парадигме, и составляет **предмет изучения** данной статьи, а анализ, описание процесса дифференциации данного предмета, его трансформации в ходе понятийного и содержательного уточнения – **цель работы**. Достижение цели обуславливает логику исследовательских шагов, определяемую в виде следующих **задач**:

1) определить, какие области действительности и темы дискурса соответствуют ситуации неопределённости для данной системы социальных, культурных, интеллектуальных условий; обозначить, посредством каких терминов она выражается в данных обстоятельствах;

2) определить альтернативу и пути выхода из ситуации неопределённости, предполагаемые мировоззрением конкретных представителей данной эпохи или в целом системой миропонимания, носящей характер универсализации их отдельных взглядов на действительность в рамках этой эпохи;

3) охарактеризовать роль локально-временных результатов осмысления неопределённости в процессе её раскрытия в качестве концепта, обладающего универсальной значимостью в процессе истории мировой культуры и прогресса человеческого самосознания.

**Методы исследования.** Рассмотрение путей и результатов философской рефлексии социокультурной неопределённости в классической культурной парадигме предполагает комплексное использование методов культурологического анализа и основных принципов исследования феноменов человеческого бытия. Методология анализа мировоззренческой и текстовой традиций мировой философии используется в данном контексте в отношении проблематики когнитивного и экзистенциального характера. Эта проблематика как определённый сегмент действительного мира и дискурсивной деятельности формирует в своей совокупности социокультурную неопределённость как проблемное поле, трансформируемое на протяжении культурной истории человечества.

Данное направление научного поиска предполагает использование аналитического и герменевтического методов. Поскольку осмысление трансформаций понимания неопределённости связано с установлением гибкой двусторонней связи данной интерпретации с процессами исторических изменений общественного сознания, данное исследование предполагает использование исторического метода, а также анализ взаимной детерминации между различными уровнями системы социокультурного существования.

**Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.** В античном философском и общественно-историческом дискурсе проблема социокультурной неопределённости представлена широким спектром тематических областей и понятий. Осмысление данной проблематики в античных текстах позволяет достаточно чётко определиться её смысловые очертания, отношение к ней со стороны античной культуры. Анализ её ин-

терпретации в различных областях общественной и культурной жизни античного мира позволяет выявить те трансформации в её содержании, которые происходили на протяжении истории социума.

В онтологических взглядах философов-досократиков уже присутствует идея неопределённости, выполняющая в их объяснении устройства мироздания важную роль. В качестве определения понятия «субстанция», которое обозначает источник всего сущего, его генезиса, возможности вечного движения и трансформаций, Анаксимандр предлагал неограниченное, беспредельное, обозначенное по-древнегречески как ἄλειρον. Неопределённость, понимаемая в качестве исходного результата философского познания материальной природы, есть то, что существует без пределов, как неопределённое. Уже на первом этапе своего осмысления и выражения в условиях научного дискурса неопределённость получает положительный смысл, определяется как реальность, обладающая генетической функцией. Обозначенное в учении милетских натурфилософов толкование субстанции всего существующего как беспредельности однозначно обосновывает её бытийственный статус, её внеоценочное и внесубъектное значение как источника бесконечного разнообразия возможностей.

Параллельно включению реальности неопределённости в понятийно-методологическую систему зарождающейся традиции философской онтологии происходит освоение её в качестве действующего начала и особой ситуации в мире познания человеком действительности. Первым, кто обосновывает её гносеологический смысл, был Парменид Элейский. Описанный в его поэме «О природе» «путь мнения» Докса противопоставляется «пути истины» Алетейи. «Путь мнения» носит в гносеологическом процессе напрямую негативные характеристики неопределённости, он описывается как взгляд «ничего не знающих» «смертных», как путь их блужданий.

Совершенно закономерно в перспективе развития античной объективно-идеалистической традиции, что Платон в своей философской системе продолжает интерпретировать проблему неопределённости в контексте противопоставления доксы и алетейи. Развёрнутую характеристику понимания феномена мнения как выражения концепта неопределённости можно наблюдать в диалоге «Государство». В споре о справедливости, который представляет лейтмотив рассуждений для трактата в целом, Адимант первым начинает говорить о мнениях [2, с. 142]. В поисках определения того, что такое «справедливое» и «несправедливое», он советует не обращаться к

«мнениям», даже если они «истинны». Поскольку в таком случае споры сведутся к субъективным позициям в отношении справедливости и, следовательно, её полезности для кого-то, что, согласно исходным установкам платоновского объективного идеализма, не может служить мерилom для познания истины. Мнение Платон определяет как способность, наряду со знанием, «более смутную, чем знание, но яснее, чем незнание» [2, с. 281-282].

Параллельно с интерпретацией проблемы неопределённости в плоскости теории познания объективного идеализма происходит освоение данной темы в понятиях натурфилософии, которая развивается от досократической, наивно-реалистической онтологии до философии природы Аристотеля. Здесь также проходит дальнейшее развитие категорий и методологии объективного идеализма как системы познания сущего, что выражается в росте и обосновании скептической и негативной позиции в отношении неопределённости. В системе метафизики Аристотеля неопределённость представляет базовое, заданное на уровне дефиниции, качество материи. Определённость как ключевая характеристика всякого сущего заключается в форме, тогда как материя представляет собой её лишённость. Это лишённость того определения, которое ей предстоит приобрести как «определённость» в её существовании в виде материальной вещи. Реальность всякой существующей вещи в первую очередь утверждается благодаря реальности её границ: «там, где есть возникновение и движение, там должен быть и предел» [3, с. 100].

В эпоху эллинизма социокультурная неопределённость как вопрос, который формулируется в процессе развития философской традиции, приобретает новую природу. Разнообразие форм и процессов социальной трансформации общества, новых форм социальной мобильности, негативно оцениваемых с позиции традиционных норм этики и религиозности, пришло на смену детерминированности и стабильности социальной жизни полиса, о которой писал А. Ф. Лосев: «Общество этого времени есть сплошной монолит, в котором отдельная личность ещё далека от какого бы то ни было обособления и самоуглубления, от какого бы то ни было противоречия с государством и обществом» [4, с. 149].

В социальном порядке архаической и классической Эллады доминируют такие характеристики, как предметность, конкретность общественных отношений и их определённость. В отличие от этого положения, античное



государство эпохи эллинизма, а также вся поздняя римская социальная действительность представлены в отношении своего индивида как «свое – чужое». Формы социального бытия, господствовавшие в нём, находились далеко от того наглядно-пластического характера, который был присущ общественным отношениям архаической и классической античности.

Произошедшее в эпоху эллинизма переключение научного и культурного дискурса на субъективную, психологическую реальность человека выдвинуло неопределённость в перечень основных проблем, которые характеризуют состояние индивида и общества и в этом смысле подлежат философскому осмыслению. В эпоху эллинизма неопределённость получает актуальность как проблема культурного, религиозного и нравственного выбора. Такое доминирование неопределённости, как характеристики социокультурного состояния, отображается в философских системах эпикуреизма и стоицизма.

Если говорить об осмыслении неопределённости в эпикуреизме, то слово «страх», которое часто употребляется в суждениях Эпикура, следует признать определением содержания концепта неопределённости в его системе. Понятие «страх» у Эпикура соединяет в себе когнитивное качество, присущее неопределённости, с её статусом экзистенциала. В системе Эпикура страх есть одно из фундаментальных состояний человека, относящееся как к сфере эмоции, так и сфере разума. Основными источниками страха для человека выступают силы природы, страх смерти и страх богов, способных обратить на человека любую кару. Когнитивное качество страха заключается в том, что эти основания страха мнимые, иллюзорные, и позитивный пафос самого процесса философствования для Эпикура представляет собой их преодоление путём рациональных выводов его системы.

В философской системе стоиков неопределённость является проблемой субъекта, его самопознания и духовно-практической деятельности. С позиции человеческого существования, как её понимает стоицизм, неопределённостью чревато буквально всё: природный мир, здоровье, жизнь и смерть. При этом сам космический порядок, то есть по общей для античной философии терминологии – «природа», неизменен и логичен. Неопределённостью он является в отношении человека, вернее, сам человек, рассматривая в отношении себя его совершенно предопределённые процессы и события, воспринимает его как неопределённость.



Единственное, что должно, согласно этической позиции стоиков, быть противопоставлено неопределённости, – это суждение. В трактате «О блаженной жизни» Сенека пишет: «Блажен тот, чьи суждения верны; блажен тот, кто доволен тем, что есть, и в ладу со своей судьбой; блажен тот, кому разум диктует, как себя вести» [5, с. 30]. Реальность чревата неопределённостью, наиболее остро демонстрирующей себя в виде судьбы, страданий, смерти, только для человеческого сознания, не «огранки» стоической философии. «Суждение» как одно из понятий стоицизма есть единственно достижимая альтернатива неопределённости. В содержании суждения производится соотнесение действительного негативного характера внешнего воздействия с действительностью Универсума, взятой в масштабе более широкого порядка, вплоть до охвата Мироздания в целом. Оптимистический пафос духовно-практической доктрины стоиков заключается в снятии неопределённости в данной процедуре, имеющей одновременно когнитивную и аксиологическую природу.

В средневековой европейской философской традиции социокультурная неопределённость не выступала в качестве отдельного вопроса на уровне отдельной тематики философского дискурса. Предметы основных дискуссий профессиональной философии, касавшиеся проблематики сосуществования двух истин – теологической и научной, характера генезиса и существования универсальных понятий, могут лишь косвенно и весьма опосредованно связываться с реальностью неопределённости человеческого существования. При этом в качестве проблемы антропологического дискурса неопределённость раскрывается в средневековой культурной истории в системе задач, духовно-практических условий религиозного мировоззрения и христианской конфессиональной практики. В сравнении с античной культурой, это обуславливает радикальный поворот в данной теме, который приводит к её предметной дифференциации и конкретизации вокруг реальности человека.

Культура христианского европейского Средневековья была пронизана неопределённостью как острым чувственно-психологическим состоянием, охватывающим восприятие всего окружающего мира. Средневековое мировоззрение и культура неизменно находились под доминирующим влиянием религиозных и религиозно-конфессиональных смыслов, ценностей, когнитивных и поведенческих моделей. В силу этого неопределённость раскрывается в эпоху Средневековья в контексте религиозной проблематики, в

круге вопросов и понятий, имманентных христианскому доктринальному дискурсу. «Чувство неуверенности – вот что влияло на умы и души людей Средневековья и определяло их поведение. Неуверенность в материальной обеспеченности и неуверенность духовная. Эта лежавшая в основе всего неуверенность в конечном счёте была неуверенностью в будущей жизни, блаженство в которой никому не было обещано наверняка и не гарантировалось в полной мере ни добрыми делами, ни благородным поведением. Творимые дьяволом опасности гибели казались столь многочисленными, а шансы на спасение столь ничтожными, что страх неизбежно преобладал над надеждой» [6, с. 302].

В масштабе сотворённого Богом мира проблема неопределённости выражалась в виде неопределённости времени Апокалипсиса. В масштабе существования индивида – это неопределённость посмертной загробной участи, вопрос спасения души, предельного решения вопроса судьбы индивида в его связанности с Сакральным Абсолютом. В возможности установления некой прямой и рационально формулируемой взаимозависимости между человеческими «делами» и посмертным спасением для средневекового человека, клирика или мирянина, профессионального интеллектуала или «простеца» видится вполне конкретный источник определённости индивидуальной человеческой участи «в вечности», сакрального статуса индивидуального существования.

Текстовый памятник позднего Средневековья «Цветочки святого Франциска Ассизского» содержит немало примеров рассуждений и повествований о чудесах, связанных с темой загробного существования, и проблематизации неопределённости, тоже связанной с ней. Об экзистенциальной остроте постоянного осознания неопределённости личного спасения, загробной участи, избранности к Раю или Аду говорится, например, в главе XXIX, носящей красноречивое название «Как дьявол явился брату Руффину в образе Христа, чтобы обмануть его, и сказал ему, что он проклят». В ответ на внушаемые дьяволом уверения о том, что монах, герой новеллы, «не предопределён к жизни вечной» и, соответственно, о безрезультатности пытаться повлиять «покаяниями и молитвами» на свою посмертную участь, сам святой Франциск увещевает брата Руффина, говоря о ложности этого предопределения [7, с. 123].

Другим содержательным наполнением концепта неопределённости, интенсивное развитие и широкая популярность которого приходится на Сред-

невековье и Возрождение, является понятие Фортуны. По своему значению и своей принадлежности конкретному полю дискурса данное понятие выступает комплексным смысло-выразительным образованием. Будучи связанной с проблематикой удачи, непрогнозируемости и шаткости совершения желаемого, целесообразности результатов человеческой деятельности в пределе всей жизни, Фортуна принадлежит аксиологическому дискурсу.

Если обозначить содержание неопределённости, которое проживает в своём опыте человек Средневековья, неопределённость Апокалипсиса и неопределённость личного спасения души как неопределённость теологическую, то правомочно было бы определить, что Средневековье противопоставляет ей социокультурную определённость. Средневековый человек чувствовал и осознавал неопределённость в горизонте теологического определения личного и мирового существования, и в то же время действительность социума и культуры, аксиоматический характер сословной принадлежности, с одной стороны, и христианской догматики – с другой, включали его в системность и континуальность определённости.

Рассмотрение неопределённости как антропологической проблемы в культуре, анализ её понимания в общей системе мировоззрения и философских учений эпохи Возрождения являются плодотворной задачей в контексте данной исследовательской темы. Радикальное изменение отношения к самому человеческому существованию и к действительности затронуло проблему неопределённости как одного из самых остро переживаемых аспектов реальности человека.

Концепт судьбы в её универсально-культурной интерпретации как неопределённости занимает значительное место в картине мира человека эпохи Возрождения. Уход социально-философской и исторической мысли Ренессанса от христианско-догматических оснований имел результатом массовое по своей широте и аксиоматическое по своему когнитивному характеру использование смысловых структур провиденциализма, присущих культуре, философии, истории и антропологии поздней Римской империи. В поэме «О судьбе» Макиавелли пишет: «Многие называют её всемогущей, ибо всякий, кто приходит в эту жизнь, рано или поздно ощутит её силу» [8, с. 146]. Современник Макиавелли Бальдассаре Кастильоне, автор трактата «Придворный», отзываясь о Фортуне неизменно в негативных тонах: «Фортуна как прежде была, так и ныне остаётся враждебна добродетели» [9, с. 11].

Человек эпохи Возрождения выражает свой стихийный индивидуализм прежде всего в виде «сильных» личностных состояний, чувств и действий, которые он испытывает и осуществляет в ответ на определённые события, происходящие с ним и в отношении него во внешнем мире. Это человеческие «страсти», существующие как в своей эмоционально-психической, так и в деятельностной составляющей, амбивалентные в нравственном смысле, способные к разрушению и созиданию: гнев, вражда, месть, властолюбие, алчность, любовь, вожделение, коварство, творчество. Для возрожденческого взгляда на историю социума общей позицией является то, что история и социум представляют собой реальность динамическую, зависящую от воли и страстей.

Мыслитель, художник, политический деятель эпохи Возрождения скорее склонен видеть в человеческих страстях ту силу, которую человек способен противопоставить Фатуму. Неопределённостью в мировоззрении Возрождения являются не «страсть» сама по себе, не обстоятельства внешней действительности, в ответ на которые она возникает и движет человеческими действиями, а то и другое в своём взаимодействии, в *вызове* со стороны «обстоятельств» и в эмоционально-лично-деятельностном *ответе* на них. Является неопределённым в отношении этой связки «вызов – ответ» тот момент, когда они произойдут как темпоральная координата во временном потоке. Неопределёнными та совокупность личностных обстоятельств и условий, в которых будет пребывать человек в этот момент, то его насущное состояние, которое будет определять характер восприятия вызова и содержание ответа. Неопределёнными состав участников этого «вызова – ответа», его свидетелей и действующих лиц, связь между ними, их собственные жизненные обстоятельства и мотивы. Неопределённым, наконец, является итог, к которому приведёт данный ответ. Именно в таких качествах присутствует неопределённость в жизни и мировоззрении человека Возрождения.

**Заключение.** Социокультурная неопределённость представляет собой предмет научного исследования, который ранее не был выделен в качестве самостоятельной области. По своим онтологическим основаниям проблема неопределённости формируется на основе двух различных смысло-генетических областей: как понятие когнитивного характера и как экзистенциал, который осуществляет и выражает определённую динамическую совокупность содержаний субъекта. Актуальность философского осмысле-

ния проблемы неопределённости обуславливается её принадлежностью к наиболее распространённым состояниям индивидуального и коллективного сознания. Различные эпохи и системы научного дискурса модифицируют проблему неопределённости в направлении различных его тем: как неопределённость моральной ситуации общества, как неопределённость будущих путей развития общества и государства, как неопределённость человеческой идентичности в контексте информационных процессов.

#### *Список литературы*

1. Тренин Д. Новый баланс сил: Россия в поисках внешнеполитического равновесия. М.: Альпина Пабlishер, 2023. 430 с.
2. Платон. Государство // Собр. соч.: в 3 т. Т. 3. Ч. 1. М.: Мысль, 1971. 688 с.
3. Аристотель. Метафизика // Собр. соч.: в 4 т. Т. 1. М.: Мысль, 1976. 550 с.
4. Лосев А. Ф. История античной эстетики: Поздний эллинизм. М.: Искусство, 1980. 766 с.
5. Сенека Луций Анней. О скоротечности жизни: сборник / Пер. с лат. Т. Бородай. М.: АСТ, 2022. 384 с.
6. Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада / Пер. с фр. под общ. ред. Ю. Л. Бессмертного; послесл. А. Я. Гуревича. М.: Издательская группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. 376 с.
7. Цветочки святого Франциска Ассизского / Пер. с ит. А. Печковского. СПб.: Азбука; М.: Азбука-Аттикус, 2017. 224 с.
8. Горфункель А. Х. Философия эпохи Возрождения: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1980. 368 с.
9. Кастельоне Б. Придворный / Пер. с ит. П. Епифанова. СПб.: Азбука; М.: Азбука-Аттикус, 2022. 640 с.

#### **Авторская справка**

АРТЕМОВА Юлия Александровна – начальник отдела аспирантуры и докторантуры, соискатель кафедры философии, ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, Россия. E-mail: aulustenko@yandex.ru

Scientific article

UDC 130. 2: 572

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.9>

## ***REFLECTION OF SOCIOCULTURAL UNCERTAINTY IN THE CLASSICAL CULTURAL PARADIGM***

***Yu. A. Artemova***

*LSU V. Dhal's name – Lugansk state university Vladimir Dhal's name, Lugansk (Russia)*

*Introduction.* Uncertainty is one of the substantial qualities of human existence, and in a dynamically taken system of its relationships presents a complex task for research. This article is

devoted to the main directions of understanding the problem of uncertainty in the history of philosophy, starting from the pre-Socratics and ending with the Italian Renaissance. The analysis of the conceptualization of the phenomenon of uncertainty, which is carried out by the classical cultural paradigm, is fruitful as a study of the progressive disclosure of this topic in its socio-cultural development. The problem of uncertainty relates to both cognitive and existential reality. Throughout the cultural history of mankind, it has been comprehended in terms of metaphysics, anthropology, ethics, social philosophy, theology and aesthetics.

*Methods.* The study of the processes of philosophical understanding of the phenomenon of socio-cultural uncertainty that occurred throughout the history of the classical cultural paradigm requires a comprehensive combination of methods of cultural analysis. The study of the textual and worldview tradition, which describes the subject field of understanding uncertainty, involves the use of methods of interpretation and hermeneutics. The need to understand and take into account the socio-historical and general ideological context of a particular epoch and its inherent model of interpretation of uncertainty necessitates the application of the methodology of historical research and consideration of the specific contents of the ideological tradition of society in their historical formation. The appeal to the material of the philosophical heritage of various historical epochs involves the use of tools of historical and philosophical research.

*Results.* The study of sociocultural uncertainty in the intellectual tradition and culture of antiquity is fruitful in terms of cultural and anthropological coverage of this problem. In its historical development, ancient Greek philosophy reveals the ontological and epistemological foundations of the reality of the indefinite in the world and in cognition. The emergence of the question of human reality, the anthropological turn, traces of which the history of philosophy indicates in the judgments of the pre-Socratics, and which manifests itself in the teachings of Socrates, Plato and Aristotle, is another side of the relevance of understanding the problem of uncertainty in the context of the ancient intellectual tradition.

The dynamics of changes and processes in history, in the social and political life of Greece and Rome, the high level of historiographical tradition, developed public consciousness, acute politicization of society determines the significant role of uncertainty in historical reality and its understanding. The issues of the causes of historical events, the role of individuals, the possibility of a historical alternative, and the specifics of confrontation formed the content of the socio-political and historiographical projection of the problem of uncertainty.

From the cosmocentrism of pre-socratic philosophy, in the context of which the possibilities and boundaries of human cognition were not considered as a separate problem of philosophical discourse, from the absolute status of the rational ideal of Platonism, which allowed uncertainty only in the field of "dox", a private, imperfect human opinion, the thought and culture of ellinism turns into the spiritual and spiritual space of the individual. If the pre-socratic orientation in the interpretation of the problem of uncertainty can be designated as cosmocentric, and the position dominant for classical objective idealism as epistemocentric, then for the philosophical systems of Hellenism it is legitimate to designate it as anthropocentric.

For the medieval European philosophical tradition, sociocultural uncertainty did not act as a separate issue at the level of the theme of philosophical discourse. In the system of Thomistic theology, uncertainty is a characteristic of the created world and does not belong to the sphere of

the spiritual. Thus, acting as a concept of philosophy and theology, uncertainty performs the function of an operational term of metaphysics, which does not concern human reality at all and the problematization of uncertainty as a transitive state in which a person can stay.

The paradigmatic status of religion and faith in relation to medieval culture in the entire palette of its subject areas turns uncertainty into one of the leading existentials of human existence and attitude to reality. The culture of the Christian European Middle Ages was permeated with uncertainty as an acute sensory-psychological state of the subject, encompassing the perception of the entire surrounding world. In the context of the world created by God, the problem of uncertainty was expressed in the form of uncertainty of the hour of God's Wrath, the time of the Apocalypse. The history of the Middle Ages takes place in his intense, ecstatic expectation. Another meaningful content of the concept of uncertainty, the intensive development and wide popularity of which occurred in the Middle Ages and the Renaissance, is the concept of Fortune.

The profound transformation of attitudes towards human existence and reality that occurred during the Renaissance touched upon the problem of uncertainty as one of the most acutely experienced aspects of human reality. The interpretation of certain worldview themes as uncertainty, which was developed in previous epochs, in the Middle Ages and in Antiquity, continued to be considered in stable connection with the concept of uncertainty in literary works and philosophical discourse of the Renaissance.

The spontaneous individualism of the Renaissance man, his self-affirmation, "strong" personal states, feelings and actions, the circumstances that affected them and the subsequent result of this – the whole complex of these conditions forms a specifically renaissance understanding of the concept of uncertainty.

*Conclusion.* In the classical cultural paradigm, the meaningful content of the concept of uncertainty occurs in parallel in the form of defining philosophical concepts related to this phenomenon and as an understanding of uncertainty as one of the invariant states of human existence. The ancient world, developing the problem of uncertainty in philosophical and social discourse, progressively configures its content in an ontological, epistemological and sociocultural way.

The medieval problematization of uncertainty, bearing religious and confessional specifics in form and content, had an acute sensual and emotional character and was projected in the socio-cultural leitmotifs of the uncertainty of the coming of the End of the World and the uncertainty of the afterlife of the individual soul. The culture and philosophical discourse of the Renaissance made significant transformations in the nature of understanding uncertainty as a problem of human existence.

*Keywords:* uncertainty, classical cultural paradigm, existential, limit, East, West, fear, moral position, Fortune.

### References

1. Trenin D. *Noviy balans sil': Rossiya v poiskah vneshnepolotocheskogo ravnovesiya* [A new balance of power: Russia in search of a foreign policy balance]. Moscow, Al'pina Publisher, 2023, 430 p. [In Russian].
2. Plato. *Sobraniye sochinenij, v 3 tomah. Tom 3. Chast' 1* [Collected Works. In 3 vols, vol. 3, part 1]. By Plato. Moscow, Nauka [Science], 1971, 688 p. [In Russian].

3. Aristoteles. *Metaphysics. Sobraniye sochinenij, v 4 tomah. Tom 1* [Collected Works. In 4 vols. Vol. 3]. By Aristoteles. Moscow, Nauka [Science], 1976, 550 p. [In Russian].
4. Losev A. F. *Istorija antichnoy estetiki: Pozdnyy ellinizm* [The history of ancient aesthetics: Late Hellenism]. Moscow, Isskustvo [Art], 1980, 766 p. [In Russian].
5. Seneka Anney Luciy. *O skorotechnosti zhizni* [About the transience of life]. Moscow, ATS Publ., 2022, 384 p. [In Russian].
6. Le Goff J. *Tsivilizatsiya srednevekovogo Zapada* [The Civilization of the Medieval West]. Moscow, Progress, Progress-Academy Publ. Group, 1992, 376 p. [In Russian].
7. *Tsvetochki svyatogo Fransiska Assizskogo* [The Flowers of St. Francis of Assisi]. Saint Petersburg, Azbuka, Azbuka-Attikus, 2017, 224 p. [In Russian].
8. Goffunkel' A. H. *Filosofiya epohi Vozrzhdeniya. Uchebnoye posobie* [Philosophy of the Renaissance: Study guide]. Moscow, Visshaya shkola [High school], 1980, 368 p. [In Russian].
9. Kastel'one B. *Pridvorniy* [The Courtier]. Saint Petersburg, Azbuka, Azbuka-Attikus, 2022, 640 p. [In Russian].

#### **Author's Bio**

ARTEMOVA Yuliya Alexandrovna – Head of the Department of Postgraduate and Doctoral study, Applicant of Chair of philosophy FSBEI HE "Lugansk State University V. Dahl's name", Lugansk, Russia. E-mail: aulustenko@yandex.ru

#### *Библиографическая ссылка*

Артемова Ю. А. Рефлексия социокультурной неопределённости в классической культурной парадигме // SocioTime / Социальное время. 2024. № 2 (38). С. 9–24.  
<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.9>



Научная статья

УДК 130.2

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.25>

## **ИДЕОЛОГИЗАЦИЯ КИНЕМАТОГРАФА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ СХЕМЫ РАСШИФРОВКИ СОЦИАЛЬНОГО ЗНАНИЯ**

**Н. В. Гришечкина<sup>1</sup>, И. В. Суслов<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Саратовский государственный медицинский университет, г. Саратов (Россия),*

<sup>2</sup>*Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов (Россия)*

*Введение.* В контексте постмодернизма медиатексты не просто являются продуктом массовых коммуникаций, но и активно участвуют в формировании индивидуального и коллективного сознания. Создаваемые виртуальные реальности со сложной сетью значений и символов, взаимодействуя как друг с другом, так и с миром искусства и политики, обладают силой изменять восприятие окружающего мира.

*Методы.* Методологическая основа исследования опирается на концепцию экранной культуры К. Разлогова, семиотическую модель культуры Ю. М. Лотмана и идею Дж. Урри о наличии у визуальных образов перформативного потенциала не просто отражать существующую действительность, но и активно участвовать в ее создании и изменении.

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* В статье рассмотрены три основные модели взаимодействия идеологии и кинопродукции. Первая модель предполагает, что кинопродукт вызывает неожиданные идеологические эффекты, политические акции или общественные дискуссии, которые не были запланированы режиссерами или продюсерами. Для иллюстрации рассмотрены фильмы «V – значит вендетта» и «Джокер». Во второй модели кинопродукт изучен как инструмент идеологического манипулирования сознанием людей, в котором зашифрованы определенные ценности, считающиеся полезными для массового восприятия. В частности, описан случай, связанный с продвижением образа женщины-политика в США через сериалы «Карточный домик», «Политиканы», «Мадам госсекретарь». Третья модель предполагает, что культурно-идеологические элементы и смыслы, представленные в кинопродукции, отражают исторические и идеологические аспекты общества. В заключительной части статьи продемонстрировано, как в восточном кинематографе отражена эволюция ценностных основ индийского и китайского обществ.

*Заключение.* Кинематограф играет ключевую роль в формировании общественного сознания, отражая и трансформируя идеологические и культурные аспекты социума. Фильмы и сериалы влияют на социальные и политические процессы и вызывают общественные дискуссии.

*Ключевые слова:* социальное знание, идеология, кинематограф, сериалы, визуальная антропология.

**Введение.** В постмодернистском контексте медиатексты представляют собой не только продукт массовых коммуникаций, но и являются активными участниками формирования индивидуального и коллективного сознания. Медиатексты, создавая виртуальные реальности, трансформирующие восприятие окружающего мира, взаимодействуют друг с другом, а также с такими феноменами социального бытия и общественного взаимодействия, как искусство и политика, что в совокупности создает сложную сеть значений и символов.

В современную эпоху мы сталкиваемся с новой волной мифологии, которая активно циркулирует благодаря развитию глобальных коммуникаций. Этот процесс приводит к распространению мифов массовой культуры на мировом уровне, способствует процессу вестернизации, культурному империализму и информационным войнам. Вместе с тем формирование общества потребления под влиянием капитализма приводит к появлению новых форм мифотворчества, направленных на манипулирование общественным сознанием, для продвижения товаров через рекламу и PR-технологии. Индустрия развлечений, включая кинематограф, также вносит свой вклад в формирование современной мифологии [1, с. 44].

Благодаря своей уникальной гибкости миф оставляет пространство для его интерпретации в зависимости от постоянно изменяющихся обстоятельств. Будучи универсальной составляющей культуры, миф присущ человеку на всех этапах развития и играет ключевую роль в жизни, создавая поле значимых смыслов [2, с. 47]. Таким образом, миф становится фактом сознания, вовлекая человека в сферу влияния культурного мифа.

Расширение рациональности в современных обществах, сопровождаемое увеличением и усложнением социальных процессов, вызвало мифологизацию общественного сознания. Сегодня миф – это неотъемлемая часть любой социальной идеи. Таким образом, важным аспектом идеологии становится мифологический уровень, который объясняет, почему существует то, что существует, и почему оно функционирует так, а не иначе. Любая идеология не сможет успешно служить основой для социального развития, если не учитывает существующую в обществе мифологию [3, с. 67].

Как отмечает К. Э. Разлогов, в современных медийных практиках ключевую роль играют «экраны», транслирующие информацию и формирующие культурные нормы, стереотипы и ценности, и их влияние с течением времени только усиливается [4, с. 12]. Понимание и анализ культурной ро-

ли экранов в современном обществе, вступающем в период тотальной цифровизации, является необходимым для формирования критического мышления. Метафора «экран как мясорубка культурного дискурса» указывает на то, что форма представления видеоконтента играет ключевую роль в формировании культурных ценностей социума и воздействует на массовое сознание. Экраны создают впечатление иллюзорной реальности, искаженной и модифицированной в соответствии с целями и задачами ее создателей.

Корреляция между медиареальностью и реальной жизнью может быть относительной и подверженной различным интерпретациям, включающим в себя как документальные, так и вымышленные смысломиры. Например, конструирование образа политического в кинематографе несет в себе пропагандистскую нагрузку и является неотъемлемой частью медийной практики, где идеологические задачи играют ключевую роль. Создание кинообразов политиков может быть направлено на формирование определенного в общественном сознании восприятия политической реальности. Политики могут изображаться как герои, антигерои или даже жертвы в зависимости от целей авторов, а также идеологической или художественной концепции.

Кино как медиум глубоко воздействует на аудиторию благодаря сильной эмоциональной привязке зрителей к персонажам и сюжетам. Ю. М. Лотман подчеркивает важность кинофильма как продукта своей эпохи, отражающего идеологическую борьбу и культурные тенденции времени, в котором он был создан [5, с. 34]. Смыслы и значения кинопродукта выходят за границы собственно текста фильма, отражая настроения, идеологии и ценности определенного исторического периода. Историки и современники могут анализировать эстетические, политические и социокультурные аспекты, влияющие на общественное мнение и конструирующие социальные идентичности.

Предметом анализа кинематографических продуктов может выступать модель построения нарративного кинотекста, согласованная с общими законами рассказывания, выработанными человеческой культурой. Специфические особенности «экранных» нарративов связаны с идеей Дж. Урри о наличии у визуальных образов перформативного потенциала не просто отражать существующую действительность, но и активно участвовать в ее создании и изменении [6].

Этот подход позволяет рассматривать визуальные образы как важный источник знаний о социуме и его динамике, что помогает выяснить не

только текущее состояние общества, но и пути его потенциального развития [7]. Визуальные образы могут выражать латентные убеждения, ожидания и тенденции, которые еще только начинают проявляться и формироваться в общественном сознании.

Визуальные образы служат не только отражением заявленных ценностей и моральных установок общества, но и являются непосредственным взглядом на реально существующее положение дел. Передача социальных ориентиров через визуальные образы создает своеобразный «парадокс двойной репрезентации», подразумевающий, что отражение реально существующих структур и ценностей на экране может привести к попыткам их воспроизведения в реальной жизни [8]. Зритель может или подсознательно, или осознанно внедрять в свою жизнь представленные в кино модели поведения и ценности.

**Методы исследования.** В данной статье проанализированы три основные модели взаимодействия идеологии и кинопродукта.

Первая модель предполагает, что кинопродукт порождает неожиданные идеологические эффекты, политические акции или общественные дискуссии, которые не были предусмотрены режиссерами или продюсерами. В качестве материала для иллюстрации выбраны фильмы «V – значит вендетта» (2006) и «Джокер» (2019).

Во второй модели кинопродукт рассматривается как технология идеологического манипулирования общественным сознанием, в медиатексте которого зашифровываются определенные ценности, полезные, с точки зрения создателей контента, для усвоения массовым сознанием. Например, в телесериале «Человек в высоком замке» (2015–2019) от Amazon Studios зрителю предлагается следить за борьбой подпольного движения против абстрактных нацистов, представляющих собой образ мирового зла. Во втором сезоне сериала явно продвигаются неолиберальные идеи: один из героев осознает свою гомосексуальность и благодаря этому находит внутреннюю свободу, а подпольное движение, выступающее против режима, набирает обороты и сливается с восстанием темнокожего населения [9, с. 12].

В основной части статьи рассмотрен кейс, связанный с продвижением с помощью сериальной продукции образа женщины-политика в США.

В рамках третьей модели культурно-идеологические элементы и смыслы, представленные в кинопродукции, рассматриваются как отражение исторических и идеологических аспектов общества. Именно в данной пара-

дигме анализируется научно-фантастический сериал «Звездный путь» [10; 11], на развитие концепции которого повлияли такие исторические события, как Вторая мировая война и холодная война. Создатель сериала – Джин Родденберри – сам был ветераном Второй мировой войны и изначально задумывал фильм о войне, но потом переориентировался на фантастический сюжет: в противостоянии между Федерацией планет и Клингонской империей читаются аллюзии о холодной войне. Однако создатели сериала стремились подчеркнуть важность международного сотрудничества и мира, о чем свидетельствуют интернациональный состав экипажа и акцент, сделанный на проведении переговоров, вместо военного решения проблем. После распада СССР и окончания холодной войны «Звездный путь» стал затрагивать такие новые темы, как расизм, феминизм и права сексуальных меньшинств [12, с. 127]. Таким образом, сериал можно рассматривать в качестве платформы для обсуждения и визуализации актуальных социокультурных тем разных временных периодов.

В заключительной части статьи показано, как в продукции восточного кинематографа нашла свое отражение эволюция ценностных оснований индийского и китайского обществ.

**Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.** В 2006 году был выпущен англо-германо-американский художественный фильм-антиутопия под названием «V – значит вендетта». Впоследствии маски из фильма, превратившись в символ протестных движений, стали энергично использоваться активистами из группы «Анонимус» и некоторыми участниками движения «Захвати Уолл-стрит». Так, маска, изначально представленная в художественном произведении, перешла в реальный политический нарратив, объединив различные анонимные группы активистов и став неотъемлемой частью новостных репортажей [13, с. 31].

Участники протестов на Западе после выхода на экраны фильма «V – значит вендетта» стали чаще использовать театрализованные формы выражения своих политических убеждений, придавая им эстетическую выразительность. Маска стала неотъемлемым элементом этой протестной эстетики, подчеркивая значимость анонимности, и универсальным средством освобождения. Феномен анонимной идентичности, представленный через масочные образы, естественным путем вписывается в контекст карнавала, гротеска и аргументации *ad absurdum*. Анонимность коллективного дей-

ствия сделала протест более сложным для подавления стандартными полицейскими методами.

Таким образом, благодаря фильму возникла новая форма политической эстетики, которая тесно связана с акционистскими движениями, феноменом флэш-мобов и коллективными протестными акциями. Вместо индивидуальной политической субъектности акцент делается на коллективной политической игре, где каждый участник скрывается за безличной маской.

2019 год (оказавшийся последним спокойным годом перед пандемией и конкуренцией между Трампом и Байденом на выборах президента США в 2020 году) в американских СМИ назван лихорадочно новостным. Новостной фон действительно был тревожным: стихийные бедствия (разрушительные ураганы, проходившие через Огайо и другие штаты), импичмент Трампа, начало президентской гонки, серия смертоносных стрельб в общественных местах, часто имеющих расовые мотивы.

В октябре 2019 года, когда информационный фон в стране был насыщен различными кризисными событиями, студия Warner Brothers выпустила в кинокартину «Джокер», режиссером которой стал Тодд Филлипс. Реакция общества на фильм, названный самым спорным фильмом года, и на персонажа – «загадочного злодея с проблемами психического здоровья», была крайне противоречивой, что способствовало росту кассовых сборов [14].

Многие зрители и критики указывали, что режиссер пытался поставить диагноз текущей политической обстановке и общественному «климату», установившемуся в США в 2016 году после прихода Трампа к власти. Разногласия в общественном восприятии фильма часто отражали общую оценку политической ситуации, а его обсуждение сталкивало крайне левых, видевших в кинопродукции отражение «социальных недугов» США как неизбежного следствия «эпохи капитализма», с правыми радикалами, придерживающимися идеи «былого величия» и «славного прошлого Америки».

Майкл Мур – известный оscarовский лауреат, кинодокументалист и представитель демократической партии – назвал фильм «Джокер» зеркалом для американского общества, в котором оно может увидеть само себя. По его мнению, фильм не о Трампе, а о стране, которая породила такого лидера, и о потере чувства солидарности и сочувствия к тем, кто нуждается в социальной поддержке [15]. Кинокритики в США согласились с Майклом

Муром, отметив, что фильм вписывается в дух времени, представляя собой отражение общества, которое проявляет интерес к «монстрам» [16].

Образ Джокера оказался востребован уже после президентских выборов 2016 года, когда журналисты пытались разгадать причины американской поддержки Дональда Трампа. На телевидении многократно высмеивали 45-го президента США, представляя его в маске неадекватного Джокера. Одно из наиболее известных перевоплощений Трампа в сумасшедшего клоуна было спародировано в телешоу *The Daily Show* в начале 2017 года после интервью, в котором президент США жестко высказывался об иммигрантах и оправдывал введение ограничений на въезд граждан из семи мусульманских стран [17, с. 114].

Журнал *Vanity Fair* сделал вывод, что основная черта эпохи Трампа – это ощущение свободного падения в моральное банкротство [18], утверждая, что образ клоуна является символом того, как современный мир может быть поглощен безумием. Таким образом, было показано, что кинематограф может оказывать неожиданное воздействие на массовое сознание.

Однако более привычным является рассмотрение фильма как политической технологии, что и будет рассмотрено далее на примере сериального конструирования образа Хиллари Клинтон, кандидата в президенты США от демократической партии в 2016 году. Согласно популярной теории заговора, штаб Клинтон заказал создание нескольких телесериалов о политике («Политиканы», «Карточный домик», «Мадам госсекретарь»), где главным персонажем выступает сильная женщина-политик. Однако подлинность этой информации трудно подтвердить, хотя эти сериалы, независимо от финансирования, могли оказать влияние на общественное восприятие Клинтон.

Сериал «Политиканы» (*Political Animals*), выпущенный в 2012 году, состоял всего из одного мини-сезона и не добился такого успеха, как ожидали его создатели. Многие критики отметили, что главная героиня сериала – Элейн Берриш – обладает рядом характеристик, которые придают ей сходство с Хиллари Клинтон [19]. Элейн ранее была первой леди США, затем занимала должность губернатора штата Иллинойс и в настоящее время является госсекретарем. Ее муж, бывший президент США в 90-е годы прошлого века и бывший губернатор штата Северная Каролина, известен своими скандальными внебрачными связями. Некоторые моменты из прошлого Элейн также отражают ее сходство с Клинтон, например участие в прай-



мериз президентских выборов от Демократической партии, в которых она проиграла Полу Гассети и впоследствии стала членом его администрации в качестве госсекретаря. Как видно, в сериале присутствуют некоторые отсылки к реальной политической ситуации, которые позволяют узнать в образе героини Хиллари Клинтон.

Маловероятно, что этот сериал имел большое влияние, учитывая выход всего шести эпизодов (в июле-августе 2012 года), после чего проект закрыли. Тем не менее «Политиканы» стали своеобразным предвестником «Карточного Домика» (House of Cards, 2013–2017) и «Мадам госсекретарь» (Madam Secretary, 2014–2017), в которых отразилось усиление влияния феминизма в политике США. Героини сериалов демонстрируют черты, позволяющие ассоциировать их с Хиллари Клинтон и ее политической карьерой. Эти сходства включают в себя карьеру героинь в качестве государственных деятелей, их прошлое, связанное с бывшим президентом, семейные разногласия из-за сексуальных скандалов, а также предпочтение женщин в найме на политические должности. Все героини сериалов являются блондинками, а у двух из них можно наблюдать сходство с прической и стилем, которые имела Хиллари Клинтон во время предвыборной кампании 2016 года.

Два сериала из трех перечисленных, а именно «Политиканы» и «Мадам госсекретарь», подверглись обвинению в том, что они являются формой лоббирования интересов Хиллари Клинтон. Однако стоит отметить, что «Карточный домик» избежал подобных обвинений. На протяжении первых сезонов Клэр Андервуд, будущая жена президента США Фрэнка Андервуда, играла роль его неофициального помощника. Ее политическая карьера начинает развиваться лишь в середине четвертого сезона, примерно в момент начала праймериз в США в 2016 году.

Проверить информацию о финансировании четой Клинтон создания упомянутых сериалов невозможно. Однако если такое финансирование действительно имело место, то это является примером использования политического нарратива и PR-коммуникаций изменить общественное мнение через создание привлекательных образов на экране. В любом случае сериалы, независимо от их финансирования, не могли не оказать влияния на восприятие роли женщин в политике и образа Хиллари Клинтон как одного из ключевых персонажей современной политической реальности.

В заключительной части данной статьи показано, как в современных китайских и индийских сериалах учитывается ценностное содержание об-



пественной идеологии. Анализ китайских исторических сериалов позволил увидеть наличие антифеминистических установок, возрастание авторитета военных в контексте управления государством, а также доминирование образа варвара (иностранца) как младшего партнера во взаимовыгодных отношениях [20, с. 173]. Китайские сериалы в целом отражают антифеминистические тенденции через моральные установки, сюжетные линии и образы персонажей. В костюмных драмах женщины, за исключением правительниц, обычно представлены либо как дети, либо как служанки, редко проявляющие интерес к социальным или политическим вопросам.

Е. Н. Гоголева, рассматривая процесс формирования и воспроизведения гендера [21], делает вывод о влиянии российской телевизионной рекламы на установление неравенства между полами в обществе. Автор уделяет особое внимание значению невербальной коммуникации в создании смыслов сообщений через обозначение статусов, ролей и ценностей мужских и женских образов. Гендерные различия в средствах невербальной коммуникации воспроизводят гендерную асимметрию в современном российском обществе и, как следствие, закрепляют доминирование мужчин и подчиненное положение женщин на экранах телевизоров. Это препятствует созданию адекватного социально-структурного представления о российской действительности.

Следует отметить также и неизменно положительный образ армии и полиции в китайских исторических сериалах. Конфликты между гражданскими чиновниками и офицерами часто разрешаются в пользу последних, что отражает изменение общественных приоритетов.

Еще одним аспектом политических убеждений китайцев, который отражается в исторических сериалах, является их отношение к варварским народам на окраинах империи. Варвары, особенно кочевники, оказали значительное влияние на китайскую историю, неоднократно захватывая территории Поднебесной и непрерывно угрожая ее безопасности. Эти конфликты сформировали в китайском обществе представление о себе как Срединном государстве. Варвары традиционно (исторически) воспринимались там врагами, представляющими угрозу, либо покорными данниками, принимающими свое неравноправное положение в политическом устройстве мира.

Современный китайский исторический кинематограф представляет варваров в более сложном и тонком свете, однако уровень шовинизма остается в целом примерно на том же уровне. Один из подходов – изображение

варваров как учеников, с благодарностью принимающих цивилизационные новшества, предоставленные китайскими благодетелями. Кроме того, в китайском историческом кино встречается мотив неразделенной любви, где варвары безответно влюбляются в китайских персонажей, но никогда не наоборот, что подчеркивает иерархию между этносами.

В китайских исторических фильмах варвары часто без колебаний и с высокой готовностью проявляют самопожертвование ради своих друзей и возлюбленных китайцев, а иногда даже и ради незнакомцев. В то же время китайцы, с удивлением и признательностью принимая эти жертвы, никогда не отвечают на них встречным самопожертвованием.

Таким образом, исследование китайских исторических сериалов показывает, как эволюционировали некоторые общественные ценности, например отношение к женскому правлению стало более благосклонным, изменились взгляды на роль военных и гражданских чиновников, образ варвара стал более сложным.

Похожие процессы можно заметить, анализируя индийский кинематограф. Кинокритики утверждают, что в Индии в начале XX века фильмы на исторические и мифологические сюжеты создавались с целью отвлечь общество от социальных проблем. Интересно наблюдать, как сегодня режиссеры и продюсеры продолжают включать, например, «Рамаяну» в современную культуру через литературу и кино, придавая ей актуальность и связь с современными реалиями [22].

В 1940-е годы, когда Индия стремилась к независимости, общество нуждалось в символе, вдохновляющем его на подвиги. Таким символом стал Рама – праведный правитель, ведущий свой народ к процветанию. Фильм «Царство Рамы» явился событием, позволившим зрителям увидеть этого героя на экране. Махатма Ганди лично посмотрел фильм, что придало киноленте особый авторитет, а представленная в ней концепция государства стала символом борьбы Индии за независимость.

В XXI веке эпос «Рамаяна» остается важным философско-историческим наследием, которое продолжает вдохновлять на создание новых киноверсий. В 2008 и 2015 годах режиссеры предложили зрителям сериалы, обращающие внимание на роль и положение женщины в обществе. В сериале 2008 года главные персонажи обретают новые слои смыслов.

Например, образ Ситы больше не ограничен ее подчиненной ролью: она получает право на собственное мнение, которое ценится ее супругом. Рама обращается к Сите не только как к супруге, но и как к другу. Борьба Рамы с Раваной происходит ради защиты достоинства всех женщин. Режиссер затрагивает такие вопросы, как рождение девочек, уважение к женщинам и их праву на работу за пределами дома, гендерное равенство.

В сериале 2015 года Сита становится центральным персонажем. Создатели сериала стремятся показать идеальный образ современной индийской женщины, которая соблюдает традиции, но также имеет образование и обладает самостоятельностью. Ключевым моментом является сцена, где Сита сражается с Раваной и одолевает его, в то время как Рама находится без сознания. Сита сама освобождает себя, но слава достается Раме, потому что никто не видел, что произошло на самом деле. В конце сериала Сита отказывается от Рамы, поскольку считает его слабым. Создатели фильма подчеркивают изменение в отношении к сакральному тексту со стороны как самих создателей, так и зрителей, внедряя его в актуальный гендерно-социальный контекст с европоцентристским уклоном.

Исследователи отмечают, что одним из ключевых аспектов сюжета является его способность захватить внимание зрителя и вызвать у него эмоциональную реакцию, даже если он осознает, что история вымышлена. Еще одно важное свойство сюжета, которое может быть полезным в данном контексте, – это метод «снежного кома», когда схожие сюжетные линии наслаиваются друг на друга, усиливая общее воздействие идеи. Наконец, третье важное свойство сюжета проистекает из его использования для объяснения реальности с помощью экранов.

**Заключение.** В данном исследовании рассмотрены три основные модели взаимодействия идеологии и кинопродукта.

Первая модель показывает, как кино вызывает неожиданные идеологические эффекты и общественные дискуссии, не предусмотренные их создателями, превращаясь в катализаторы для политических акций и дебатов, поднимая острые вопросы о справедливости, неравенстве и социальном недовольстве.

Вторая модель рассматривает кинопродукт как средство идеологического манипулирования, в котором зашифрованы определенные ценности, полезные для массового восприятия, с точки зрения создателей контента.

Подобные медиатексты играют важную роль в формировании общественного мнения и политического сознания, направляя зрителей к определенным социальным и идеологическим выводам.

Третья модель фокусируется на анализе культурно-идеологических элементов и смыслов, представленных в кинопродукции, отражающих общественный опыт историко-идеологического развития.

В центре внимания заключительной части исследования вопрос о том, как в продукции восточного кинематографа нашла свое отражение эволюция ценностных основ индийского и китайского обществ. Восточные фильмы, как и их западные аналоги, служат зеркалом для общества, в котором они создаются, отражая изменения в социальных, культурных и идеологических установках. В индийском и китайском кино представлен общественный переход к современным ценностям гендерного равенства и национальной идентичности.

Таким образом, исследование продемонстрировало, что кинематограф, независимо от его географического или культурного происхождения, является мощным инструментом идеологического воздействия. В эпоху постмодернизма медиатексты играют ключевую роль в создании сложной сети значений и символов, через которую общество осмысливает и интерпретирует реальность.

#### *Список литературы*

1. Тихонова С. В. Социально-онтологический статус мифа // *Философия и общество*. 2008. № 3. С. 44–57.
2. Ставицкий А. В. Методологические особенности исследования современного мифа в контексте постнеклассической науки // *SocioTime / Социальное время*. 2020. № 2. С. 46–55. DOI: 10.25686/2410-0773.2020.2.46
3. Афанасьев И., Тихонова С. Контуры российской патриотической идеологии: к проблеме конструирования // *Власть*. 2007. № 1. С. 65–70.
4. Разлогов К. Э. Экран как мясорубка культурного дискурса // *Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей*. СПб.: Дмитрий Буланин, 2012. С. 8–15.
5. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн: Ээстираамат, 1973. 135 с.
6. Урри Дж. Как выглядит будущее? М.: Дело, 2018. 320 с.
7. Жабский М. И. Социология кино. М.: Канон+, Реабилитация, 2020.
8. Ушкин С. Г. Симулякры и симуляция в зеркале современной киноиндустрии // *Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования*. 2010. № 3. С. 94–100.

9. Строева О. В. Судьба антиутопий и неолиберальные ценности в современной сериальной продукции // Наука телевидения. 2020. № 4. С. 11–29. DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.4-11-29
10. Chavkin D. McGuire B. *Star Trek: Designing the Final Frontier: How Midcentury Modernism Shaped Our View of the Future*. San Rafael: Weldon Owen, 2021.
11. Gonzalez G. A. *The Politics of Star Trek: Justice, War, and the Future*. New York: Palgrave Macmillan US, 2015.
12. Кирчанов М. В. Научно-фантастические сериалы «Звёздный путь» и «Вавилон 5» как формы конструирования политической и мемориальной культур // Концепт: философия, религия, культура. 2022. № 4. С. 115–137.
13. Гасилин А. В. Между комиксом и протестом. Генезис анонимной идентичности в современных медиа // Международный журнал исследований культуры. 2021. № 3 (44). С. 18–34. DOI: 10.52173/2079-1100\_2021\_3\_18
14. Cavanaugh M. Why "Joker" became one of the most divisive movies of the year // The Washington Post. 2019, Oct. 3.
15. Moore M. Joker: Michael Moor Writes Tribute to Todd Phillips Cinematic Masterpiece // Variety. 2019, Dec. 18.
16. Borrelli C. Commentary: How "Joker" mirrors our fascination with monsters, now in the Trump's years // Chicago Tribune. 2019, Oct. 7.
17. Шумилина И. В. Особенности экранного конструирования образа президента США: Голливуд – медиа – политика // Наука телевидения. 2022. № 1. С. 113–158. DOI: 10.30628/1994-9529-2022-18.1-113-158
18. Robinson J. This Is the "Joker" the Trump Era Deserves – But Not the One We Need Right Now // Vanity Fair. 2019, Apr. 10.
19. Stasi L. Over the Hill // New York Post. 2012, Jul. 13.
20. Саракаева А. А. Политическая философия китайских исторических сериалов // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2020. № 4. С. 152–186. DOI: 10.46539/gmd.v2i4.140
21. Гоголева Е. Н. Социальная репрезентация полоролевой структуры в телевизионной рекламе: социологический анализ // SocioTime / Социальное время. 2020. № 4 (24). С. 57–68. DOI: 10.25686/2410-0773.2020.4.57
22. Сабирова Р. Н. Значение экранизаций эпоса «Рамаяна» в контексте социально-политических событий в культуре современной Индии // Культурный код. 2023. № 1. С. 25–37. DOI: 10.36945/2658-3852-2023-1-25-37

#### Авторская справка

ГРИШЕЧКИНА Наталья Васильевна – кандидат философских наук, доцент, кафедра философии, гуманитарных наук и психологии, Саратовский государственный медицинский университет, г. Саратов, Россия. E-mail: natalja\_grishechkina@rambler.ru

СУСЛОВ Иван Владимирович – кандидат социологических наук, доцент, кафедра философии, Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов, Россия. E-mail: suslov85@inbox.ru

Scientific article

UDC 130.2

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.25>

## ***THE IDEOLOGIZATION OF CINEMA: METHODOLOGICAL SCHEMES FOR DECODING SOCIAL KNOWLEDGE***

***N. V. Grishechkina<sup>1</sup>, I. V. Suslov<sup>2</sup>***

*<sup>1</sup>State Medical University, Saratov (Russia),*

*<sup>2</sup>Saratov State Law Academy, Saratov (Russia)*

*Introduction.* In the context of postmodernism, media texts are not just a product of mass communications, but also actively participate in the formation of individual and collective consciousness. They create virtual realities that change the perception of the world around them, and interact both with each other and with such social and social phenomena as art and politics. This interaction creates a complex network of meanings and symbols.

*Methods.* The methodological basis of the research is based on the concept of screen culture. Razlogov, the semiotic model of culture of Y. M. Lotman and the idea of J. Urri says that visual images have the performative potential not only to reflect the existing reality, but also to actively participate in its creation and change.

*Results.* The article will consider three main models of interaction between ideology and film production. The first model assumes that a film product causes unexpected ideological effects, political actions or public discussions that were not planned by the directors or producers. To illustrate this approach, the films "V means Vendetta" and "Joker" will be considered. In the second model, a film product is considered as an instrument of ideological manipulation of public consciousness, which encodes certain values that content creators consider useful for mass perception. A case related to the promotion of the image of a female politician in the United States through TV series ("House of Cards", "Politicians", "Madam Secretary") is considered. The third model assumes that the cultural and ideological elements and meanings presented in film productions reflect the historical and ideological aspects of society. The final part of the article demonstrates how the evolution of the value foundations of Indian and Chinese societies is reflected in Oriental cinema.

*Conclusion.* Cinema plays a key role in shaping public consciousness, reflecting and transforming the ideological and cultural aspects of society. Films and TV series create a complex network of meanings and symbols, influencing social and political processes and provoking public debate.

*Keywords:* social knowledge, ideology, cinematography, TV series, visual anthropology.

*References*

1. Tikhonova S. V. The socio-ontological status of myth. *Filosofiya i obshchestvo* [Philosophy and Society], 2008, no. 3 (51), pp. 44–57. (In Russian).
2. Stavitskiy A. V. Methodological features of the study of modern myth in the context of post-nonclassical science. *Sotsial'noe vremya* [SocioTime], 2020, no. 2, pp. 46–55. (In Russian). DOI: 10.25686/2410-0773.2020.2.46
3. Afanas'ev I., Tikhonova S. Contours of the Russian patriotic ideology: to the problem of construction. *Vlast'* [Power], 2007, no. 1, pp. 65–70. (In Russian).
4. Razlogov K. E. The screen as a meat grinder of cultural discourse. *Ekrannaya kul'tura. Teoreticheskie problemy: sb. Statey* [Screen culture. Theoretical problems: collection of articles]. Saint Petersburg, Dmitriy Bulanin Publ., 2012, pp. 8–15. (In Russian).
5. Lotman Yu. M. *Semiotika kino i problemy kinoestetiki* [Semiotics of cinema and problems of cinema aesthetics]. Tallinn, Eestiraamat Publ., 1973, 135 p. (In Russian).
6. Urry J., What Is the Future? Cambridge, Polity, 2016, 197 p. [Russ ed. Urri Dzh. *Kak vyglyadit budushchee?* Moscow, Delo Publ., 2018, 325 p.]. (In Russian).
7. Zhabskiy M. I. *Sotsiologiya kino* [Sociology of cinema]. Moscow, Kanon+ Publ., Reabilitatsiya Publ., 2020, 512 p. (In Russian).
8. Ushkin S. G. Simulacra and simulation in the mirror of the modern film industry. *Gumanitariy: aktual'nye problemy gumanitarnoy nauki i obrazovaniya* [Humanities: current problems of humanities and education], 2010, no. 3, pp. 94–100. (In Russian).
9. Stroeveva O. V. The fate of dystopias and neoliberal values in modern serial production. *Nauka televideniya* [Science of Television], 2020, no. 4, pp. 11–29. (In Russian). DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.4-11-29
10. Chavkin D. McGuire B. *Star Trek: Designing the Final Frontier: How Midcentury Modernism Shaped Our View of the Future*. San Rafael, Weldon Owen, 2021, 168 p.
11. Gonzalez G. A. *The Politics of Star Trek: Justice, War, and the Future*. New York, Palgrave Macmillan US, 2015, 219 p. DOI: 10.1057/9781137546326
12. Kirchanov M. V. Science fiction series "Star Trek" and "Babylon 5" as forms of constructing political and memorial cultures. *Kontsept: filosofiya, religiya, kul'tura* [Concept: philosophy, religion, culture], 2022, no. 4, pp. 115–137. (In Russian). DOI: 10.24833/2541-8831-2022-4-24-115-137
13. Gasilin A. V. Between the comic and the protest. The Genesis of Anonymous Identity in modern media. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Studies], 2021, no. 3, pp. 18–34. (In Russian). DOI: 10.52173/2079-1100\_2021\_3\_18
14. Cavanaugh M. Why "Joker" became one of the most divisive movies of the year. *The Washington Post*, 2019, Oct. 3.
15. Moore M. *Joker: Michael Moor Writes Tribute to Todd Phillips Cinematic Masterpiece*. *Variety*, 2019, Dec. 18.

16. Borrelli C. Commentary: How "Joker" mirrors our fascination with monsters, now in the Trump's years. Chicago Tribune, 2019, Oct. 7.
17. Shumilina I. V. Features of the screen construction of the image of the US president: Hollywood – media – politics. Nauka televideniya [Science of Television], 2022, no. 1, pp. 113–158. (In Russian). DOI: 10.30628/1994-9529-2022-18.1-113-158
18. Robinson J. This Is the "Joker" the Trump Era Deserves – But Not the One We Need Right Now. Vanity Fair, 2019, Apr. 10.
19. Stasi L. Over the Hill. New York Post, 2012, Jul. 13.
20. Sarakaeva A. A. Political philosophy of Chinese historical series. Galactica Media: Journal of Media Studies, 2020, no. 4, pp. 152–186. (In Russian). DOI: 10.46539/gmd.v2i4.140
21. Gogoleva E. N. Social representation of gender role structure in television advertising: a sociological analysis. Sotsial'noe vremya [SocioTime], 2020, no. 4, pp. 57–68. (In Russian). DOI: 10.25686/2410-0773.2020.4.57
22. Sabirova R. N. The significance of film adaptations of the epic "Ramayana" in the context of socio-political events in the culture of modern India. Kul'turnyy kod [Cultural code], 2023, no. 1, pp. 25–37. (In Russian). DOI: 10.36945/2658-3852-2023-1-25-37

#### **Author's Bio**

GRISHECHKINA Natalia Vasilyevna – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy, Humanities and Psychology, Saratov State Medical University, Saratov, Russia. E-mail: natalja\_grishechkina@rambler.ru

SUSLOV Ivan Vladimirovich – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia. E-mail: suslov85@inbox.ru

#### *Библиографическая ссылка*

Гришечкина Н. В., Суслов И. В. Идеологизация кинематографа: методологические схемы расшифровки социального знания // SocioTime / Социальное время. 2024. № 2 (38). С. 25–40. <https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.25>



Научная статья

УДК 304.9; 316.42; 659.1

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.41>

## **ФУНКЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ**

**В. В. Хренков**

*Поволжский государственный технологический университет, г. Йошкар-Ола  
(Россия)*

*Введение.* В статье с социально-философской критической позиции раскрывается специфика ряда ключевых социальных функций коммерческой рекламы в пространстве современного общества. Одной из центральных стала проблема участия коммерческой рекламы в разнообразных взаимодействиях и взаимосвязях с социумом и индивидом конфликтного типа. Также важный аспект статьи – обращение к вопросу о функционировании и развитии капиталистической цивилизации, которое реализуется с помощью рекламного фактора, являющегося принципиально значимым посредником и одновременно силой, способной мягкими средствами управлять сознанием и поведением широких масс населения, эффективно их интегрировать в существующий порядок. Столь значительная идеологическая функция рекламы обусловлена спецификой современного общества, когда потребление – обладание – пользование стали одним из определяющих векторов цивилизационного развития, ключевой ценностью и целью жизни человека.

Целесообразен критический анализ места и роли рекламы в современном обществе в силу того, что рекламой в связке с другими инструментами управления культивируются модели и ориентации, антагонистичные сущностным устремлениям и многогранным способностям индивидов; реклама участвует в процессах моделирования человека, начиная с его детского возраста, по образцу существа, ограниченного низкоразвитыми потребностями, интересами, устремлениями.

*Методы.* Востребованными и применимыми оказались, в первую очередь, диалектический и системный подходы; категориальный аппарат теорий и исследований, представленных прежде всего неомарксистской, экзистенциалистской, постмодернистской и гуманистической социально-критической мыслью XX-XXI вв.; другие методы и подходы. Применение критического подхода к социальной действительности, современному капиталистическому строю, коммерческой рекламе обусловлено его социальной, гуманистической и экзистенциальной значимостью; определено апеллированием к идеалам и ориентирам, основанным на принципах социального и духовно-нравственного здоровья, социального прогресса и человеческого восхождения (к высшим смыслам – целям).

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* В фокусе статьи находится, в частности, освещение вопросов детерминирования рекламой человеческой экзистенции; влияния рекламы на психику, мировосприятие, поведение человека;

эксплуатации человека и манипуляции им. В ходе работы одним из обнаруженных фактов стало участие рекламы в процессах дестабилизации внутреннего мира индивидов, вовлечения их в зависимости, порождения и (или) усиления (а также мнимого разрешения) конфликтов в пространстве их сознания.

Реклама проанализирована и в контексте её идеологических функций (способствование развитию существующего социального строя; управление массами, социальный контроль; содействие процессам всеобщей интеграции участников общества в единое социальное целое при одновременном их разобщении, дифференциации); она рассмотрена как инструмент интересов капитала, бизнеса, олигархата и находящихся с олигархатом в связке властными группами в их стремлении подчинить себе всё многообразие жизни человека, а также как орудие всей производственно-потребительской финансово-кредитной общественной системы (в частности, по успешному разрешению внутри неё потенциально опасных для неё системных противоречий).

В итоге работы сформулирован тезис о том, что набор функций коммерческой рекламы включает в себя содействие возникновению и развитию различных ситуаций и взаимоотношений социально-деструктивного типа. Множество социальных проявлений, взаимосвязей, процессов, имеющих специфику конфликтности, наличествуют и воспроизводятся при участии рекламы.

*Заключение.* Один из акцентов в работе ставится на том, что реклама является атрибутом общесоциального механизма по превращению человека в форму, соответствующую интересам системы финансово-кредитных механизмов, массового производства и массового потребления. Этим обусловлена функция рекламы по дегуманизации, детерминированию человеческих существ идеологией и ценностями крайне материалистической, потребительской, бездуховной направленности.

Следующее ключевое положение работы показывает, что реклама – один из определяющих факторов устойчивого развития сложившейся финансово-кредитной капиталистической системы общества. Такой доминирующий сегодня тип общества одномерен и мало способствует всестороннему развитию индивидов. Функционирование – развитие данной системы общества – не соответствует идеалам гармоничного развития и пути, согласующимся с подлинными, сущностными интересами и потребностями человека, с критериями социального и духовного здоровья, а также прообраза гуманистического, человеко-ориентированного строя.

Констатировать можно и то, что рекламой реализуется стабилизирующе-укрепляющая роль в пределах существующего в мире социального строя. Так, путем направления энергии индивидов в безопасную и эффективную для его устоев потребительскую сферу реализуется трансформация противоречий, представляющих потенциальную угрозу (для субъектов власти – контроля – капитала, для капитализма), в межличностные и внутриличностные противоречия. Тем самым реклама воплощает собой инструмент антиконфликтного действия, способствующий стабильному функционированию социального строя за счёт недопущения – устранения внутри него разрастания опасных для него противоречий.

Кроме того, важно проведение мысли о том, что в глобальных масштабах реклама содействует нивелированию конфликта между наличествующим общественным строем и

потенциальными, гипотетическими альтернативами общественного устройства. Другими словами, рекламу немалозначимо рассматривать в качестве одного из орудий социального строя по регулированию в нём протестных, конфликтных отношений. Достигается же это путём объективации, дегуманизации, примитивизации человеческих существ, дестабилизации их сознания и поведения, а также препятствования вызреванию – развитию альтернативных и более прогрессивных вариантов социальных систем с более гармоничными и более духовно-нравственными связями в обществе.

*Ключевые слова:* коммерческая реклама, капиталистическая цивилизация, общество потребления, идеология, социальная деструкция, взаимосвязи конфликтного типа, современный человек, человеческое существование.

**Введение.** При исследовании социальных функций коммерческой рекламы в пространстве современного общества важно ясно понимать характер и сущность современного социума, то есть конкретизировать тот тип общества, в рамках которого эта реклама действует и в котором выполняет делегированные ей предписанные социальные функции. Допуская обобщение, можно утверждать, что современное общество во всё большей степени становится обществом симбиотически связанных сторон – массового производства и финансово-кредитных механизмов, с одной стороны, и массового потребления – с другой. Эта система в какой-то мере продуктивно может быть представлена в грубо-схематичной схеме «капитал – общественное производство – бизнес – реклама – общественное потребление – капитал», если использовать элементы марксистского понимания общества.

Существование (устойчивое функционирование и развитие) такого социума и системы общественных отношений, лежащих в его основе, невозможно без рекламного фактора, который выступает связующим звеном в этой цепочке отношений. Он является принципиально значимым посредником и одновременно силой, способной мягкими средствами управлять сознанием и поведением широких масс населения. В двадцатом столетии было продемонстрировано, что рекламные технологии, наполненные потребительскими ценностями и смыслами, как инструмент большого бизнеса, капитала и политики вполне способны порождать из широких масс населения массового лояльного работника и массового лояльного потребителя производимых им же товаров и услуг. И массы с этой идеологией, с таким порядком вещей оказались слиты до неразличимости.

Современное общество уместно трактовать и как имеющее одну из магистральных, основополагающих, именно потребительскую направленность, и как во всё большей степени становящееся обществом потребления,

выступающим объективным условием существования современного глобального капитализма (см. подробнее об обществе потребления, его специфике, сути, особенностях [1–6]). При этом под обществом потребления понимается общество, в котором потребление – обладание – пользование стали одним из ключевых векторов цивилизационного развития и главной ценностью и целью жизни человека, его чуть ли не единственной связью с миром, связью со всем, чем живёт и с чем взаимодействует человек. Потребление касается всего: и материальных благ, и духовных, и человеческих отношений, и науки, и культуры, и прочего.

Важно иметь в виду также, что в обществе потребления отнюдь не все (или даже достаточно большая часть индивидов) могут иметь и позволить себе чрезмерный или высокий уровень потребления; принципиально существенны сама их мотивация, привязанная к потребительским ориентациям, их мечтания, само ментально-психологическое устремление в эту сторону, даже если они находятся на самых нижних этажах социальной стратификации. При раскрытии проблемы социальных функций рекламы в современном обществе целесообразно осуществлять именно критический анализ места и роли рекламы в таком обществе, потому что рекламой, наряду с другими инструментами управления, культивируются модели и ориентации, враждебные сущностным устремлениям и многогранным способностям индивидов. Рекламой вносится своя доля вклада в процессы моделирования человека, начиная с его детского возраста, по образцу существа, ограниченного низкоразвитыми потребностями, интересами, устремлениями и т. д.<sup>1</sup>.

**Методы.** Из числа тех методов и подходов, которые оказываются востребованными и применимыми в данном исследовании, важно отметить следующие: диалектический и системный подходы; категориальный аппарат того поля теорий и исследований, которое представлено прежде всего неомарксистской, экзистенциалистской, постмодернистской и гуманистической социально-критической мыслью XX-XXI вв.; синтез; принцип де-

---

<sup>1</sup> Подробнее о социально-, духовно-деформирующих (и т. п.) функциях рекламы см.: Хренков В. В. Деструктивные социальные функции коммерческой рекламы в обществе потребления: дис. ... кан. филос. наук: 09.00.11. Йошкар-Ола, 2018. 190 с.; Хренков В. В. Коммерческая реклама в обществе потребления как фактор ограничения субъектности // SocioTime / Социальное время. 2020. № 1 (21). С. 53–65. DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.53

терминизма; философия отчуждения; восхождение от абстрактного к конкретному; метод обобщения. Дополнительно можно заострить внимание и на неизменном присутствии в наших исследованиях критического подхода, востребованность которого, безусловно, объясняется своей социальной, гуманистической и экзистенциальной направленностью. Философско-критическое отношение к сфере коммерческой рекламы, мирам информационно-коммуникативных потоков и всеобщего потребления, современному капиталистическому строю насущно значимо в условиях учёта и обращения к тем идеалам и ориентирам, которые зиждутся на принципах социального и духовно-нравственного здоровья, восхождения человека к высшим смыслам и идеалам, всестороннего развития человека.

**Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.** Обращение к проблеме социальных функций рекламы сопряжено с целью показать разрушительные, порождающие и санкционирующие дисгармонию, деформирующие функции рекламы и социальные последствия этого. Сначала заострим внимание на способности рекламы генерировать состояние, испытываемое при нехватке того или иного объекта (наделённого, как правило, фантомными свойствами и ожиданиями, представлениями), являемого и ощущаемого в качестве предмета желания, и стремление к осуществлению действий в отношении этого объекта. С помощью рекламы и иных инструментов управления внутренним миром и поступками человека может воссоздаваться, контролироваться и регулироваться конфликт между текущим состоянием индивида и стремлением к ожидаемому, вожделенному состоянию. Именно в этом смысле реклама есть важный фактор социально-психологического воздействия на все те мишени в человеке, которые определяют его потребности, интересы, ценности, мотивации [7].

Актуальным и повсеместным дисбаланс – конфликт между имеющимся наличным состоянием человека и состоянием ожидания им реализации определённых (избыточных и искусственных) потребностей и интересов – оказывается ввиду того, что с помощью рекламы внешний субъект управляет движением энергии индивида по пути, согласующемуся с его (внешнего субъекта) интересами. Этим субъектом может быть любая внешняя сила, в том числе из пространства бизнеса и политики, включая сами орудия этой сферы, саму рекламу как таковую. Наиболее показательной, несомненно, является ситуация в сфере экономики и финансов. Это свойственно деятельности всякого представителя капитала, бизнес-субъекта и в целом об-

пщественной системе, основанной на капиталистических принципах, эволюция которой неотделима от нескончаемого роста потребления и которая преследует цель вовлечения индивидов в современное социальное целое, потребности и интересы которого трансформируются, мобилизуются и направляются на обслуживание устойчивого функционирования и развития капиталистической цивилизации.

Потребности в данных условиях исполняют роль направляющей индивида силы от себя как «воплощения недостаточности» к себе «самодостаточному», реализовавшему потребность, обретшему желанное отсутствовавшее. В то же время здесь перед нами предстает демонстрация конфликтности между собственным образом, представлением о себе индивида в текущем своём состоянии, в текущий интервал времени и образом себя совершенного и совершённого, который планируется претворить в жизнь при осуществлении провоцируемых, конструируемых и регулируемых внешним образом посредством рекламы потребностей.

Рассмотрим вопрос функционирования системы «индивид – реклама» более подробно. Существенное количество из многообразия потребностей, привитых и прививаемых современному человеку посредством индустрии разнообразных благ и рекламно-маркетинговых технологий, может быть описано как сумма/взаимосвязь своеобразных цепей (цепей очередных, ещё одних в добавление ко всему сонму более традиционных оков и угнетений/самоугнетений), удерживающих человека в заданных капиталистическим потребительским обществом рамках. Здесь мы имеем дело с важным моментом, связанным с проблемой человеческого существования (внутреннего жизненного мира человека) и смысложизненных ориентиров: как человек живёт, как управляет (управляет ли хотя бы в мизерных пределах) собственной жизнью? Какова доля человеческой свободы, независимости в избрании индивидом вектора – направленности своего формирования и эволюционирования?.. Каковы место и роль капиталистического потребительского общества и разнообразных внешних сил, институтов, социальных групп, значимых других и т. п. во влиянии на экзистенцию (и даже её закабаление)?..

Сегодня реклама уже не может рассматриваться вне одного из ведущих трендов современности – потребительского, тренда в пределах актуальной разновидности глобального капитализма. Раскрывая стоящий перед нами вопрос, уместно опираться на тезис о том, что капиталистическим потреби-

тельским обществом реклама задействуется как неоценимое для него одно из средств по провоцированию, конструированию и производству всё новых и разнообразных избыточно-ложных желаний. Действительно, сегодня установление спроса на предметы потребления часто основано не на глубинных интересах и подлинных потребностях человека, а нацелено на реализацию потребностей капитала, олигархата (с причастными к нему правящими в мире и на отдельных территориях властными группами), бизнеса, современной высокоразвитой производственно-потребительской финансово-кредитной общественной системы. Именно эти субъекты и вся система в целом имеют наибольшую прибыль – выгоду от использования рекламы, для чего человека убеждают в важности потребления производимой многообразной продукции и стимулируют разнообразные желания, прежде всего основанные на инстинктах и ничтожно-пошлых и пагубных ориентациях, далеко отстоящие от духовно-высококультурно-интеллектуальной сферы.

Отчасти по этой причине современное социальное пространство, как, пожалуй, и прежде, то есть в прошлые известные времена – эпохи, пронизано антигуманистическими ценностями. Именно в этой связи кажется необходимым заострить внимание также на противоречии между воплощающим собой идеальную (или представимую идеальной) социальную структуру гипотетическим измерением, которое отвечает гуманистическим и согласующимся с духовным и социальным здоровьем потребностям, и сферой (во многом фальшивого, ложного, репрессивного) существующего социального действительного, идущей в разрез с этими потребностями и противостоящей им.

Примечательным выглядит даже несколько менее значимый факт, который может являться одним из колоссального числа разоблачающих весь пафос, миф о современном обществе как о подлинно рыночно-либерально-демократическом. Дело в том, что на поверку оказывается: многообразные рекламируемые объекты, относящиеся к сходным или идентичным товарным группам – категориям, только преподносятся как отличающиеся друг от друга и соперничающие в пространстве медиаполя, маркетинга и рекламы между собой, имитируя качественные различия (то есть различия по существу), а в реальности зачастую принадлежат одному производителю (корпорации, моно-, олигополии) (в качестве примера см. [8]). Это показывает, насколько превозносимая современной капиталистической системой свобода выбора потребителя может быть в реальности фиктивной (ведь ча-



сто выбирается и потребляется в конечном итоге тот или иной продукт какого-нибудь определённого монополистического гиганта, корпорации).

Отношения конфликтности, противоборства, генерируемые – выдумываемые для многочисленных рекламируемых товаров, в действительности зачастую предстают перед нами как подделанные, созданные фантомы, способствующие расширению влияния рекламы и рекламируемого, потребности в них подобно фактору мобилизации внимания и мотивов к поддержанию и наращиванию потребления. При этом пусть даже тогда, когда мы имеем дело с продвижением и рекламированием продукции производителей, на самом деле являющихся между собой как раз таки конкурентами, важно учитывать, что в любом случае сами по себе коммуникации, взаимосвязи между потребителем и производителем (или посредником) во многом одностороннены, однолинейны, при которых потребителю именно диктуются, навязываются более или менее явно определённые мотивы, вкусы, ориентиры, нормы поведения, ценности.

Приобщение к рекламе и тому, что в ней и посредством неё транслируется – рекламируется, – это один из способов создания и именно в гипертрофированном масштабе увеличения для индивидов реальных и мнимых потребностей, соблазнения их очередными удовольствиями и искусственными желаниями и в конечном итоге погружения в новые и многочисленные зависимости. Здесь всё ориентировано на эгоистические потребности капитала, олигархата с причастными к нему властными группами, бизнес-структурами, а потребители выступают в роли отчуждённых сущностей. Как писал К. Маркс, «частная собственность не знает, как изменить грубые потребности на гуманные; её идеалами являются фантазия, каприз и мода» [9].

Именно в этом контексте представляется уместным рассматривать индустрии благ и продвижения – рекламы, представляющие не что иное, как «наживки», способствующие получению прибыли, и олицетворяющие собой склонности, пристрастия потребителей, стремящихся к реализации обретенных, усвоенных извне или извлечённых в неумеренных пределах изнутри потребностей. Тем самым взаимосвязи между рекламодателями и потребителями предстают не только в форме отношений обоюдодовыгодных, что находится на поверхности анализа, но прежде всего, если добираться до сущностных основ, как воплощённое противоречие; только это противоре-



чие тщательно затушёвано, сокрыто за маской обманчиво-, мнимосчастливого общества потребления. И оно далеко от осознания массовыми потребителями, с детства воспитываемыми манипулируемо-эксплуатируемыми капиталистической системой и её акторами различными внешними, чуждыми человеческой природе силами, и своими собственными ограниченно-развитыми, примитивно-неразумными побуждениями и устремлениями.

В создаваемых рекламой условиях интересы капитала, бизнеса, олигархических (псевдо-)элит... – вот что становится сущностным интересом потребителей, воспитанных посредством считающихся правильными ценностями и целями жизни внешним и чуждым человеку образом; образом, который К. Маркс когда-то назвал превращённой формой капитала, принципом алчности, подчиняющим себе все другие сферы человеческого бытия и самого человека, становящегося, наряду с прочим, прежде всего рабом капитала, прибыли, потребления, потребительских и символических благ, низкоматериальных запросов и интересов, товарно-рыночного моно-, олигополистического общества и т. п.

Весьма важен здесь и акцент на философском аспекте, находящем своё проявление в противостоянии в пространстве социального мира вещественного и человеческого. Особенностью рекламируемых образов, символов и вещей может считаться факт подчинения ими человека, когда не они служат человеку, а человек предстаёт существом на службе у них. Стремясь выразить себя посредством их и проектируя свой образ, построенный через них, человек может сужать всё многообразие свойств, граней своего собственного существа, низводить до крайне узкоограниченного предела своё существование. Этот феномен, этот процесс, думается, возможно фиксировать в понятии объективации сущностных свойств человека со стороны его потребностей и создаваемого им мира вещного и своей иллюзорно-мнимоповерхностной (псевдо-)субъектности. Вещи и символические псевдоличностные свойства, выражаемые посредством вещей, услуг, развлечений, ничтожно-пошлых действий, управляют человеком, определяют его соответствующий психофизический континуум.

Люди современной эпохи не ощущают диктат – репрессивность, осуществляемую выстроенным и сложившимся социальным строем, потому что, как отмечал, в частности, Г. Маркузе, их существование пусть и контролируется извне, но при этом «окружено удобствами и даже считается

“хорошей” жизнью» [10, с. 65]. Человека такие условия более чем устраивают, и он вполне удобно и комфортно себя чувствует, действуя в соответствии со стандартами социального поведения, утверждаемого установленным мировым социальным порядком. Рекламируемые и продвигаемые в таком обществе товары и услуги по большей части уже не являются насущными, а напротив, принадлежат к фиктивным и неестественным потребностям, на которых система рынка и финансово-кредитных механизмов делает деньги, посредством которых современный социально-политический строй с эффективностью осуществляет социальный контроль.

По утверждению Т. Адорно и М. Хоркхаймера, «интересы индустрии и потребителей никогда не совпадают там, где первая настойчиво стремится что-то предложить» [11, с. 307-308]. В таких обстоятельствах человек отвлекается в сторону, противоположную от понимания своих подлинно жизненных задач и смыслов, стремления реализовывать именно их. Ко всему прочему, человек нередко попадает в ловушку ложной рефлексии, стремления избавиться ложными путями от экзистенциального вакуума и растрчивает колоссальное количество сил на переживания, тревоги, напряжения, связанные с тем, что он полагает себя несамодостаточным человеком вследствие неспособности приобретения того и приобщения к тому, что признаётся якобы жизненно, социально необходимым в существующем обществе, и невозможности соответствия стандартам, общепризнанным или элитарным, или стандартам, выбранным для соответствия – приобщения – подражания каким-либо, мнящим о своей нередко ложной и пустяковой исключительности, (псевдо-)уникальности, референтным, социальным общностям и всяческим субкультурам (и т. п.), каковые (общности) также конструируются, возвращаются и используются современной рыночно-экономической и идеологической социальной машиной в целях извлечения прибыли и эффективного управления – подавления.

Исходя из этого, человек как потребитель нередко оценивает себя согласно фальшивым, привитым ему в нём внешним образом – и (или) в силу своей малосостоятельности, своей отторгнутости от субъектности и свободы – заимствованным (чтобы слиться, стать частью чего-то или кого-то внешнего) им самим представлениям, в том числе представлениям других о нём, как об «аутсайдере», о «малоуважаемом», «неполноценном» представителе общества.

Всё это подчёркивает, что мир рекламы воплощает собой одну из сфер – орудий, сотворённых, казалось бы, человеком в целях формирования человека же как потребителя для поддержания устоев общества потребления, капиталистического порядка. Пространство рекламы более чем соответствует и благоприятствует той программе, которая положена в основание современного общества и которая позволяет этому обществу безотказно функционировать, успешно решая потенциально опасные для неё внутренние противоречия. Здесь немаловажно учитывать, что общество потребления являет собой пример успешной демонстрации самоорганизации системы (подробнее о самоорганизации систем см. [12]).

Разумно такую самоорганизацию охарактеризовать как основанную на порочно-гомеостатичных принципах. Указанная несколько выше программа даёт предписания, увещевания человеку потреблять вещи и символы и находить первоочередное удовольствие именно в этом процессе, сверх того, продвигаемое и рекламируемое преподносится как то, о чём современному человеку следовало бы мечтать, на что следовало бы делать ставку, класть силы и что принесёт ему комфорт, счастье, смысл существования. По этой причине человек может даже не задумываться о том, насколько взращённая в нём и его усилиями и недомыслием потребность в интенсивном и чрезмерном (нацеленном на дополнительные, большие или сверхдоходы) труде – ради обретения многообразных благ и целей, разрекламированных прежде всего и с неkritичностью усвоенных человеческими массами – соответствует его глубинным интересам и подлинным ценностям – целям. Ведь социально одобряемы именно стандарты общества потребления, низкоматериалистического, односторонне грубо-физического общества. И несогласие с ними, хотя бы внутреннее, только усугубит положение современного массового индивида, сделав его ещё более невротизированным. В данном случае следует заострить внимание на том, что конфликт между создаваемым, конструируемым и поддерживаемым внешним образом вариантом существующей социальной реальности и альтернативами потенциального, приближенного к критериям идеального общественного устройства, нивелируется, в том числе с помощью механизмов рекламы.

Благодаря индустрии общества потребления (индустрии товаров и с ними ассоциированных, в них вкладываемых знаков, символов) индивидом непрерывной чередой в беспрестанном режиме потребляются очередные предметы желаний и отведываются те или иные удовольствия. Однако при

всём этом что-либо сущностно новое или хотя бы сколько-нибудь ценное, значимое его существование редко когда-либо обретает. Вновь и вновь погружаясь в состояния тревожности – напряжения и скуки – фрустрации, он стремится преодолеть их всё теми же шаблонно-однообразными действиями с помощью предложенных ему средств, прививающих потребление, преподносимое как счастье. Для того и поощряются тотально оккупировавшие социальное пространство и индивидуальные сознания потребительские ценности, чтобы предложением нового объекта для пользования и обладания, да ещё и часто при этом только лишь в несколько иной упаковке и несколько иначе оформленного и представленного, создать в индивиде неудовлетворённость, ощущение дефицита – пустоты до момента обретения данного объекта, приобщения к нему. Такой способ позволяет на время отвлечься (убежать) от соприкосновения со своей внутренней пустотой, экзистенциальным вакуумом, забыть о каких-либо проблемах, тревогах, заботах и оказаться пребывающим хотя бы сколько-нибудь в состоянии комфорта и довольства.

Однако поочерёдно сменяющие друг друга периоды скоропреходящего удовлетворения и идущие им на смену моменты неощущения счастья, ощущения эмоционально-психологического дискомфорта приобретают характер непрерывности – неиссякаемости, не останавливаясь ни на миг. Глубинную сущность этой дурной бесконечности когда-то прекрасным образом раскрыл человечеству, в частности, буддизм, обосновавший важность, благодность преодоления привязанности к чему бы то ни было, цепляния за что-либо и целесообразность подчинения своего существования глубинным нравственным и духовным смыслам бытия, смыслам духовного развития.

Достойна научного внимания и угроза для потребляющего индивида попасть в капиталистическом потребительском обществе, со свойственной ему фетишизацией вещей, в одно из конфликтных состояний, в том числе внутреннего характера. Зависимое положение от объектов для обладания – потребления – пользования чревато наряду с прочим тем, что их утрата может способствовать погружению человека в несчастье, потому как эти объекты воспринимаются им зачастую некой серьёзной частью или в общем-то всей основой его индивидуальности, и разделительной границы между ним (к примеру, его статусом, тем, каким образом он себя идентифицирует и позиционирует) и тем, что он потребляет, чем владеет, в его самовосприя-

тии не проводится. Не зря мудрецы, мыслители с древних времён делали акцент на том, что находящееся во владении, пользовании у человека способно само обратиться в его господина, а количество имеющихся у человека и поощряемых, пестуемых им и в нём потребностей, говоря упрощённо, прямо пропорционально количеству различных цепей, которыми он себя / его сковал(-и).

Пространство сопричастности рекламы к различным взаимодействиям конфликтного порядка в обществе потребления носит всеобщий и многоуровневый характер. Этому подвержены не только индивиды в обществе потребления, но и целые социальные группы, страны и народы. Сегодня капиталистическая система находится на этапе господства транснациональных монополий, экстерриториальных олигархических структур, и реклама в их руках – не что иное, как орудие подчинения социального и ментально-психологического пространств своим интересам. В данном контексте рекламе представляется возможным дать характеристику и как продукту рыночной / моно-, олигополистической финансово-кредитной системы общества, и в то же время как условию её функционирования и эволюционирования. Это одна из причин развития современной социальной структуры, универсализированной, однообразной именно в своей основе, и нивелирования того аспекта в функционировании множественных экономических систем и культур, которые находили бы выражение в принципиальной, сущностной их различимости.

Стоит заметить, что крупные и крупнейшие бизнес-субъекты привержены тактике и стратегии осуществления своего господства не только в пределах всеобъемлющего медиапространства как условия своего влияния и получения прибылей. Чтобы достигать наибольшего эффекта, они стремятся ослаблять имеющееся в мире разнообразие культур, проводить их унификацию, взяв на вооружение правило: «Заставь мир впитывать твою культуру и говорить на твоём языке» [13].

Но верно и обратное, когда в целях господства и умножения доходов одновременно происходит и подстройка под те или иные особенности, специфичность культур, менталитетов и т. п., происходит умелое манипулирование – эксплуатирование в свою угоду этих особенностей, специфичности. Огромные расходы на рекламу своих брендов и последующие активные меры по насаждению рекламы и брендов – это как раз и есть метод, применяемый крупными бизнес-игроками в целях самоинвестирования, повсемест-

ного укрепления своего экономического господства и повсеместной же экспансии своей идеологической власти. В современную эпоху, отличающуюся перенасыщенностью рекламными технологиями и образами, бренды от глобального до микроуровня стали поистине ударной силой наступления на потребителя, являясь важным фактором утверждения капитала и бизнеса в своём стремлении на существование и расширение.

Как представляется, при научном анализе процессов, навязываемых и запущенных извне, в диктате со стороны стандартов потребительского низкоматериалистического способа существования, прежде всего с помощью массовой культуры и массовой рекламы, не следует упускать из виду репрессивность рекламы и всех субъектов, стоящих за ней и её применяющих. Ведь в этих процессах мы наблюдаем не просто распространение рекламы в информационно-коммуникационном пространстве, но именно активное наступление рекламы, нацеленной на выполнение интересов капитала, олигархата, бизнеса большого и малого, интересов, которые в конечном счёте деформирующим образом влияют на духовность человека и всего общества. Поскольку потребление есть условие экономического развития высокоразвитой технологической капиталистической цивилизации, постольку рост производства в решающей степени зависит от роста продаж и системы кредитования. Тем самым жизнеспособность такой цивилизации в решающей степени зависит от диалектической взаимосвязи системы кредитования, производства и продаж, от готовности потребления следовать за производством и одновременно стимулировать его развитие. И здесь, как видим, круг замкнулся. Большие прибыли невозможны без действенной, управляющей сознанием и поведением индивидов, рекламы. Реклама в этих обстоятельствах, несомненно, выступает в роли значительного по своему смыслу и результату орудия пропаганды всей социальной системы глобализированного капитализма, способа приучения человека к жизни в такой социальной системе и примирения с ней.

Помимо отмеченного, хочется обратить внимание на следующую диалектическую особенность представленной ситуации. Пожалуй, перед нами процесс, выходящий за пределы однонаправленности воздействия на людей со стороны рекламы. Имеется и другая грань, состоящая в том, что со стороны самого человека исходит потворство, желание соблазняться потребительским, стимулируемым и управляемым извне образом жизни. Навязывание извне потребительских установок отчасти основано на самой сущности

человеческой природы. Человеку свойственно становиться потребляющим существом, поскольку он имеет потребности изначально, от природы. Однако таким образом человеческая природа нещадно эксплуатируется капиталом и олигархатом, бизнесом, причём на научной основе, и реклама здесь – инструмент такой эксплуатации. В этом процессе реклама осуществляет привязку человеческих потребностей, целей, устремлений к навязываемым извне, часто ложным и гипертрофированным, потребительским. Таким способом социальным строем решается ещё одна задача по угнетению мыслительных, познавательных, креативных способностей человеческого субъекта. Интроецируя внутрь себя предписания общества потребления, вырабатывая в отношении них требующиеся реакции, закрепляя соответствующие побуждения, потребители устраняют потенциал конфликта между собой и внешними субъектами управления, преобразуя его на пользу последних – то есть тех, кто причастен к осуществлению мягкого социального контроля, характерного для капиталистического потребительского общества.

Развивая анализ рекламы в контексте всего осмысленного, необходимо подчеркнуть причастность рекламы к процессам всеобщей социальной дифференциации, утверждения принципов взаимного вытеснения, а также опережения друг друга и победы друг над другом. Поднося этот, основанный на соперничестве, потребительский сверхукоматериальный способ существования как социальный стандарт и таким образом выстраивая сходство (в плане стремлений и преследуемых ценностей) потребителей между собой, реклама именно так и претворяет в жизнь задачу социального разъединения и обособления индивидов.

Было бы упущением не затронуть момент, имеющий отношение к невыполнимости или чрезмерной обременительности для отдельных категорий людей задачи, обретения предметов потребления, воспринимаемых как желанные, статусные, брендовые, подчёркивающих принадлежность к определённому потребительскому уровню или степень приобщённости к тому или иному стилю жизни, позволяющих выражать свою (псевдо-)индивидуальность. Современное общество, позиционирующее себя как общество потребления, выполняет функцию по созданию ситуации неравенства (и всё большего углубления этого неравенства как в пределах стран, так и в масштабе всего глобального мира) по уровню жизни и потребления участников этого общества (подробнее об этом см. [14]).



Созданная и ставшая одним из самых стержневых институтов для современного социального строя система кредитования, несомненно, – важный механизм приобщения, привлечения человека к капиталистическому потребительскому социальному порядку и в конечном счёте к его объективации со стороны этого порядка. Становящиеся всё более доступными и навязываемыми кредиты для самых разных слоёв населения нередко оборачиваются разнообразными психологическими проблемами, вызванными, к примеру, необходимостью их возврата в срок и переживаниями на этот счёт. Больше того, если «не иметь... возможности достичь целей, представляющихся многим достойными и привлекательными, чрезвычайно больно и обидно» [15, с. LIX], то разной меры проблематичность этого достижения (а то и полное отсутствие шансов) содействует, наряду со множеством других испытываемых человеком тревог и забот, ещё большей невротизации индивидов современного общества, ещё большему усугублению их эмоционально-психологических проблем.

В исследовании вопроса о масштабном использовании рекламы в качестве инструмента влияния на массы (влияния, несущего именно опасность их духовно-нравственному бытию) стоит оттенить аспект нагруженности жизненного мира человека общества потребления неисчислимыми рекламными вторжениями. Данный процесс предстаёт во всё более гипертрофированных формах в связи с увеличивающимися масштабами неконтролируемого бомбардирующего сознание любого индивида потоков информации, в том числе рекламной. По замечанию Ж.-Л. Сервана-Шрайбера, сделанному ещё ряд десятилетий назад, «при такой загруженности каналов мы рискуем остаться без энергии и особенно без времени, необходимых для того, чтобы думать самим» [16]. Ведь современный человек лишён в достаточной мере как времени на переработку и критический анализ информации, так и свободной для этих целей неизрасходованной энергии.

Если же помимо того количества информации, обрушивающейся на индивидуальные сознания, учесть ещё и её качество, враждебное независимости мышления (а значит, и субъектному развитию), то ситуация выглядит и вовсе критической. Как сознание, так и подсознание переполняются не- / мало- / подвергнутым оценке информационным ментально-вирусообразным «мусором», который «поглощает» индивида целиком, отвращает его от своей субъектности и автономности, вовлекает в суетные, пустые, мелочные, пошлые дела и мысли. При этом, как доказывают специ-



алисты, всё увиденное и услышанное человеком в какофоническом и управляемом мире современной информации и рекламы неизменно остаётся в нём на подсознательном уровне, культивируя хаос внутренних ценностей, целей и интересов, то, что в синергетике получило наименование бифуркационного индивида, бифуркационного сознания и поведения (подробнее о бифуркационном человеке см. [17]).

В добавление ко всему реклама и рекламная продукция, будучи поставленными на службу капиталистическому экономическому развитию, при выполнении этой своей функции обезличивают людей, сводя их к единому знаменателю и одобряя в них по большей части ничтожно-порочные по своей сути стремления и действия, те, которые не противоречат целям и идеям самого установленного и сложившегося социального строя. Опасность здесь обнаруживается ещё и в том, что выпестованные таким обществом люди не испытывают и доли сомнения в приемлемости и естественности своего способа жить и мыслить (заимствованного в большой мере из симулятивного срежиссированного мира потребления, информации и рекламы) и, как результат, делают общеходовыми модели и ориентации, враждебные подлинным свободе, духовности и человечности. Общество вседозволенности, сверхограниченно-развитых мыслительных актов и действий (и социального, и духовного нездоровья) – таков в итоге исход этих процессов поисков и потреблений своих (псевдо-)идентичностей, подпитываемых процессами объективации, пассивизации, дегуманизации, унификации – примитивизации человека и дестабилизации его сознания и поведения, что согласуется с задачами и потребностями современного социального порядка, с его управленческо-идеологическими задачами (подробнее см. [18; 19; 20]).

При всём том посредством интенсивного и тщательного раскручивания шестерёнок механизма потребления происходит интеграция, сопровождаемая дифференциацией, всего общества в единое целое, на чём подробно заострял своё внимание Ж. Бодрийяр [21]. Настроения соперничества, детерминированные потребительскими устремлениями и реализуемые вследствие этого действия, направленные на гонку за социальным статусом и более впечатляющим уровнем потребления (или также за выживание, лелеяние – сохранение надежд на возможность превзойти данный уровень выживания), встраивают человека в заданную ему извне и поддерживаемую им самим социальную игру, поощряющую и усиливающую всеохватную диф-

ференциацию, однако посредством этого осуществляющую интеграцию в единое социальное целое участников общества, стремящихся в своих санкционирующих разобщение индивидуалистических порывах к стандартизированным, единообразным целям.

Реклама непосредственно является одним из средств, осуществляющих по отношению к человеку для пользы внешнего превращённое, симулированное общественное целое, движимое капиталом и прибылью. Посредством неё генерируются неисчислимые, в большинстве своём ложные потребности, содействующие развитию рыночной / моно-, олигополистической экономики. И человек в своём стремлении реализовать связанные с потребительством интересы отдаляется от своих сущностных потребностей, потому как становится только деталью, частностью всеохватной социальной – экономической – политической машины.

Культивирование вышеозначенной конкуренции между потребителями приводит к утверждению стандартной практики, когда межличностные конфронтации принимают в том числе неблагоприятное обрамление. Человеку стоило бы не упускать из виду тот вредоносный потенциал, который заложен в существенной доле рекламной (и, конечно же, бизнес-, маркетинговой, масскультурной, пропагандисткой и др.) продукции. Безусловно, у рекламы есть объективно нужные (для/в пределах современного социального порядка) функции, например функция соединения производства и потребления в современном обществе. Но при этом куда более насыщен акцент (если исходить из критериев, идеалов и принципов разумности человечества подлинных прогресса и свободы, социального и духовно-психологического здоровья и др.) на наличествующей повсеместной духовно-нравственно-человеческой деформации (в частности, это процессы подавления в индивиде потенциала, выражающегося в возможности обрести – проявить субъектное, духовно-развитое начало; поощрения его бездуховных, материально-ограниченных запросов), в которую свою деструктивную лепту вносит рекламно-информационный мир.

Генерируемые при помощи рекламы соблазны и зависимости нуждаются во всё больших денежных средствах, каковые и без этого желанны до неумеренности, до безграничности представителями капиталистической низкоматериалистической цивилизации. В чрезмерной мере охваченные

потребностью в этих средствах индивиды провоцируются такой цивилизацией на не отличающиеся гуманностью поступки по отношению к другим.

В современном обществе<sup>2</sup> успешность понимается в контексте успешности избыточно-материальной, в контексте того, сколько и что потребляет, чем и в каком размере обладает человек. Ценности, находящие опору в потребительстве и чрезмерном гедонизме, в связке с малоразвитостью и низкой критичностью сознания, с функционированием на уровне существования запредельно ограниченного, неразвитого, обуславливают не лучшие с нравственной точки зрения ценностные ориентации. Больше того, они замещают собой ценности, несущие настоящую ценность – пользу труда, созидания во благо себе и/или обществу; таковые становятся непрестижными и порой презируемыми. Как одно из следствий, нетрудовые, безнравственные и преступные способы извлечения доходов не оцениваются в полной мере как недопустимые. Роль коммерческой рекламы в искажении приоритетов видится несомненной, собственно, как и её потенциал содействовать возникновению и развитию различных ситуаций и взаимоотношений социально-деструктивного типа.

**Заключение.** Бесспорно, реклама как институт действительного, рыночного, моно-, олигополистического общества предстаёт содействующим его эволюционированию элементом. Однако с социально-критическо-философской позиции реклама не может не рассматриваться как потенциальное и реальное средство дегуманизации человека и общества, детерминирования человеческих существ идеологией и ценностями крайне материалистической, односторонней телесно- и эго-ориентированной, потребительской и бездуховной направленности. Но при этом с системной точки зрения, поскольку доминирующий сегодня тип общества массового производства и массового потребления (инициированного и регулируемого капиталом), со всей совокупностью имеющихся у него финансовых, производственных, научных и технологических ресурсов, узко направлен и купирует другие направления реализации человеческих сущностных сил, то и реклама как субстанциональное, неотъемлемое свойство этого типа общества является одним из его основных проявлений, а потому – одной из опор утвердившегося порядка вещей, организованного на ложных началах.

---

<sup>2</sup> Об иных тенденциях, имеющих отношение к социально-деструктивным процессам в таком обществе, см. [22; 23; 24; 25].

Проведённый анализ закономерно приводит к мысли о том, что реклама является одним из решающих, определяющих факторов устойчивого развития сложившейся финансово-кредитной капиталистической системы общества. Разобранные, подвергнутые осмыслению аспекты проблемы функций рекламы в обществе современности демонстрируют наличие большой доли дисфункциональности – порочности – катастрофичности, присущей современному социальному строю. (Впрочем, как представляется, это было характерно и для всех прочих типов социальных систем, обществ из известных сегодня нам когда-либо существовавших, которые можно интерпретировать как по большей части или полностью ещё более антигуманные и деструктивные.) Как и прежде, налицо достаточная, к тому же необычайно глубокая удалённость современного социального строя от пути, согласующегося с ценностями, отвечающими подлинным интересам человека, и критериями социального и духовного здоровья, всесторонности развития представителей общества.

Сосуществование в современном обществе пространства рекламного и человеческого, их взаимопроникновение демонстрируют такое выражение конфликта, как вытеснение конструируемым типом индивида, что запрограммирован на своё повсеместное распространение. Вытеснение иного, человеческого (в своём стремлении к восхождению, совершенству) образа, то есть, например, с теми свойствами человеческой целостности, которые не сводимы лишь к производству и потреблению, не сводят человека только к функции, выполняющей, допустим, исключительно какую-либо узконаправленную (или в отчуждающем режиме – формате) задачу, например: кем-то задаваемую – навязываемую, санкционированную идеологической и экономической машиной, трудовую, корпоративно-деловую, потребительскую, семейно-воспроизводственную либо иную.

В этом смысле потребительское, технологически высокоразвитое капиталистическое общество – это одна из версий обществ (актуальная версия), уводящих человека от идеалов гармоничного развития, реализующих репрессию (отнюдь не всегда и не во всём только прямо и откровенно, но зачастую именно путём мягких, манипулятивных технологий). Такой социальный порядок тем самым есть общество порочное с точки зрения ценностей и жизненных целей, распространяемых им и насаждаемых среди его представителей, которые, имея ложное сознание, также несут ответственность за это, участвуя в данном процессе, позволяя своими желаниями, не-

разумием, неосознанностью утвердиться господствующим моделям. В этом мире господства прибыли, товарной формы, коммерции, принципов угнетения, подавления (и самоподавления), эксплуатации (и самоэксплуатации) человеческих существ реклама является неотъемлемой составляющей гигантского механизма превращения человека в форму, выгодную системе финансово-кредитных механизмов, массового производства и массового потребления.

В конечном итоге рассмотренный в данном исследовании вопрос позволяет прийти к тезису, что мир рекламы, рекламная индустрия – это то, что ослабляет возможность проявления и разрастания многообразных противоречий, каковые могли бы нанести урон функционированию и устоям этой социальной, основанной на капиталистических принципах, мегамашины по производству прибыли, получаемой в форме двойной эксплуатации человека, сначала как человека, производящего товары и услуги, а затем как человека, их потребляющего. Иначе говоря, реализуется стабилизирующе-укрепляющая роль рекламы по отношению к этой мегамашине. Противоречивость социальных последствий рекламы находит своё наглядное выражение в её сопричастности к обще- и внутрисоциальным конфликтным взаимосвязям, когда осуществляется канализирование энергии индивидов в безопасную и эффективную для устоев современной социальной системы сферу. Реализуется трансформация противоречий, представляющих потенциальную угрозу для субъектов власти – контроля – капитала и для капитализма, в межличностные и внутриличностные противоречия.

Таким образом, разрешение (устранение) посредством рекламы конфликта между конструируемой социальной реальностью, взявшей под свой контроль жизни и жизненную энергию человеческих существ, и потенциально достижимыми вариантами (как проекты – образы – ориентиры) общественного строя демонстрирует нам, что оно воплощается в жизнь с помощью всеобщего разобщения с сопутствующей ему деформацией сознания (и одновременным его конструированием – манипулированием – эксплуатированием) и поведения членов общества. Реклама тем самым есть с очевидностью явленный нам инструмент антиконфликтного действия, фактор стабильного функционирования социального строя за счёт нивелирования разрастания опасных для него противоречий, своеобразный регулятор – угнетатель возможных каких-либо протестных поползновений человека на путях поиска альтернатив его бытия в ставшем реальностью и развиваю-

щемся технологически высокоразвитом капиталистическом потребительском обществе.

Значимость современной рекламы проявляется в исполнении ею действий, ограничивающих потенциал противоречий, которые могли бы угрожать работе и устоям современной социальной машины. Конфликт между создаваемым вариантом реальности и потенциальными, гипотетическими альтернативами общественного устройства нивелируется с помощью таких механизмов, как реклама. Однако осуществляется это путём объективации, пассивизации, дегуманизации, унификации – примитивизации индивидов и дестабилизации их сознания и поведения.

#### *Список литературы*

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
2. Дебор Г.-Э. Общество спектакля / Пер. с фр. А. Уриновского. М.: Опустошитель, 2011. 179 с. URL: [http://modernlib.ru/books/debor\\_gi/obschestvo\\_spektaklya/read/](http://modernlib.ru/books/debor_gi/obschestvo_spektaklya/read/) (дата обращения: 16.10.2024).
3. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование по идеологии индустриального общества / Пер. с англ. А. Юдина. М.: REFL-book, 1994. 368 с.
4. Фромм Э. Революция надежды. Избавление от иллюзий / Пер. с англ. М.: Айрис-Пресс, 2005. 352 с.
5. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / Пер. с нем. М. Кузнецова. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.
6. Хренков В. В. Деструктивные социальные функции коммерческой рекламы в обществе потребления: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Йошкар-Ола, 2018. 190 с.
7. Хренков В. В. Там же.
8. 10 корпораций, контролирующих мир нашего потребления. URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/12/02/10-korporacij-kontroliruyushih-mir-nashego-potrebleniya/> (дата обращения: 16.10.2024).
9. Фромм Э. Революция надежды. Избавление от иллюзий / Пер. с англ. М.: Айрис-Пресс, 2005. 352 с.
10. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование по идеологии индустриального общества / Пер. с англ. А. Юдина. М.: REFL-book, 1994. 368 с.
11. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / Пер. с нем. М. Кузнецова. М.-СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.
12. Шалаев В. П. Актуальная синергетика: человек и общество в эпоху глобальных трансформаций: монография. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. 183 с.
13. Гостев А. А. Образный канал рекламы. URL: <http://psyfactor.org/lib/reclama11.htm> (дата обращения: 16.10.2024).

14. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
15. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
16. Райнов Б. Массовая культура / Пер. с болг. М.: Прогресс, 1979. 488 с.
17. Шалаев В. П. Актуальная синергетика: человек и общество в эпоху глобальных трансформаций: монография. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. 183 с.
18. Хренков В. В. Идеологические основы современного общества (общества потребления) // SocioTime / Социальное время. 2022. № 2 (30). С. 63–75. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.2.63
19. Шалаев В. П. Человек и общество перед глобальными вызовами современности: социальные пандемии как фактор становления нового мира // Социально-гуманитарные науки и практики в XXI веке: человек и общество перед глобальными вызовами современности: материалы Восемнадцатой международной весенней научной конференции / Под общ. ред. проф. В. П. Шалаева. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2022. С. 76–80.
20. Шалаев В. П. Трансформирующийся мир современности как вызов человеку и обществу // Безопасность человека и устойчивое развитие общества перед вызовами глобальных трансформаций. Двадцать пятые Вавиловские чтения: материалы международной междисциплинарной научной конференции: в 2 ч. Ч. 1 / Под общ. ред. проф. В. П. Шалаева. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2022. С. 54–56.
21. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
22. Хохлова А. П. Отчуждение в образовательной среде: формы проявления и способы борьбы // SocioTime / Социальное время. 2023. № 2 (34). С. 59–72. DOI: 10.25686/2410-0773.2023.2.59
23. Бурнашев К. Э. Формирование личности в аспекте теории социальной стандартизации // SocioTime / Социальное время. 2023. № 1 (33). С. 19–25. DOI: 10.25686/2410-0773.2023.1.19
24. Хренков В. В. Идеологические основы современного общества (общества потребления) // SocioTime / Социальное время. 2022. № 2 (30). С. 63–75. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.2.63
25. Шалаев В. П. Становление новой теории общества: на путях становления нового мира // SocioTime / Социальное время. 2022. № 4 (32). С. 39–47. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.4.39

#### Авторская справка

ХРЕНКОВ Вадим Владимирович – кандидат философских наук, магистр, доцент кафедры социальных наук и технологий, Поволжский государственный технологический университет, г. Йошкар-Ола, Россия. E-mail: vad042@yandex.ru

Scientific article

UDC 304.9; 316.42; 659.1

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.41>

## ***THE FUNCTIONS OF COMMERCIAL IN PRESENT SOCIETY: SOCIO-PHILOSOPHICAL ASPECT***

***V. V. Khrenkov***

*Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola (Russia)*

*Introduction.* The article reveals the specifics of a number of key social functions of commercial in the space of present society from a socio-philosophical critical position. One of the central problems of the work was the problem of the participation of commercial in various interactions and relationships with society and the conflict-type individual. Another important aspect of the article was the appeal to the question of the functioning and development of capitalist civilization, which is realized with the help of the commercial factor, which is a fundamentally significant intermediary and at the same time a force capable of gently controlling the consciousness and behaviour of the broad masses of the population, effectively integrating them into the existing order. Such a significant, ideological, function of commercial is due to the specifics of present society, when consumption–possession–use has become one of the defining vectors of civilizational development and the key value and purpose of human life.

It is advisable to critically analyse the place and role of commercial in present society – due to the fact that commercial, in conjunction with other management tools, cultivates models and orientations that are antagonistic to the essential aspirations and multifaceted abilities of individuals; commercial participates in the processes of modelling a person, starting from his childhood, on the model of a being limited by low-developed needs, interests, aspirations.

*Methods.* Dialectical and systemic approaches turned out to be in demand and applicable, first of all; the categorical apparatus of theories and research, represented primarily by neo-Marxist, existentialist, postmodern and humanistic socio–critical thought of the XX–XXI centuries; other methods and approaches. The application of a critical approach to social reality, to the present capitalist system, to commercial is due to its social, humanistic and existential significance; This is due to the appeal to ideals and guidelines based on the principles of social and spiritual and moral health, social progress and human ascent.

*Results.* The focus of the article, in particular, was to highlight the issues of determining human existence by commercial; the influence of commercial on the psyche, world-view, human behaviour; human exploitation and manipulation. In the course of the work, one of the discovered facts was the participation of commercial in the processes of destabilizing the inner world of individuals, involving them in dependence, generating and (or) strengthening (as well as imaginary resolution) of conflicts in the space of their consciousness.



Commercial was also analysed in the context of its ideological functions (contributing to the development of the existing social system; mass management, social control; facilitating the processes of universal integration of society's participants into a single social whole, while simultaneously separating them, differentiating); considered as an instrument of the interests of capital, business, the oligarchy and those connected with the oligarchy by power groups – in their desire to subjugate all the diversity of human life; and also as an instrument of the entire production and consumer financial and credit social system (in particular, for the successful resolution of potentially dangerous systemic contradictions within it).

One of the results of the work was the thesis that the set of functions of commercial includes promoting the emergence and development of various situations and relationships of a socially destructive type. Many social manifestations, interrelations, and processes with the specifics of conflict are present and reproduced with the participation of commercial.

*Conclusion.* One of the accents in the work was that commercial is an attribute of a general social mechanism for turning a person into a form that corresponds to the interests of the system of financial and credit mechanisms, mass production and mass consumption. This is the reason for the function of commercial to dehumanize and determine human beings with ideology and values of an extremely materialistic, consumer-oriented, spiritless orientation.

One of the key provisions of the work is that commercial is one of the determining factors for the sustainable development of the established financial and credit capitalist system of society. Such a dominant type of society today is one-dimensional and contributes little to the comprehensive development of individuals. Functioning—the development of this system of society does not correspond to the ideals of harmonious development, a path consistent with the genuine, essential interests, needs of a person and with the criteria of social and spiritual health, social progress and human ascent.

It can also be stated that commercial implements a stabilizing and strengthening role within the existing social system in the world: Thus, by channelling the energy of individuals into a safe and effective consumer sphere for its foundations, the transformation of contradictions that pose a potential threat (for subjects of power–control–capital, for capitalism) into interpersonal and intrapersonal contradictions is realized. Thus, commercial embodies an instrument of anti–conflict action, contributing to the stable functioning of the social system by preventing and eliminating the proliferation of contradictions that are dangerous to it. In addition, it is important to hold the idea that, on a global scale, commercial helps to level the conflict between the existing social system and potential, hypothetical alternatives to the social structure. In other words, it is significant to consider commercial as one of the tools of the social system to regulate protest and conflict relations in it; this is achieved through objectification, dehumanization, primitivization of human beings, destabilization of their consciousness and behaviour, as well as preventing the maturation and development of alternative and more progressive versions of social systems, with more harmonious and more spiritual and moral ties in society.

*Keywords:* commercial, capitalist civilization, ideology, consumer society, social destruction, interrelations of conflict type, present human, human existence.

## References

1. Baudrillard J. *The Consumer Society.: Myths and Structures*. Russ. ed.: *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury*; per. s fr. Moscow, Respublika, Kul'turnaja revoljucija [Republic; Cultural Revolution], 2006, 269 p.
2. Debor G.-Je. *The Society of the performance*. Russ. ed.: *Obshchestvo spektaklja*; per. s fr. Moscow, Opustoshitel' [Desolator], 2011, 179 p. Available at: [http://modernlib.ru/books/debor\\_gi/obshchestvo\\_spektaklja/read/](http://modernlib.ru/books/debor_gi/obshchestvo_spektaklja/read/) (accessed 13.01.2024).
3. Markuze G. *One-dimensional man. A study on the ideology of industrial society*. Russ. ed.: *Odnomernyj chelovek. Issledovanie po ideologii industrial'nogo obshchestva*; per. s angl. Moscow, REFL-book [REFL-book], 1994, 368 p.
4. Fromm E. *The Revolution of Hope, toward a humanized technology*. Russ. ed.: *Revoljucija nadezhdy. Izbavlenie ot illuzij*; per. s angl. Moscow, Ajris-press [Iris Press], 2005, 352 p.
5. Horkhajmer M., Adorno T. V. *Dialectics of enlightenment. Philosophical fragments*. Russ. ed.: *Dialektika prosveshheniya. Filosofskie fragmenty*; per. s nem. Moscow, Saint Petersburg, Medium, Juventa [Medium, Juventus], 1997, 312 p.
6. Hrenkov V. V. *Destrutivnye social'nye funkcii kommercheskoj reklamy v obshchestve potrebleniya: dissertacija ... kandidata filosofskih nauk* [Destructive social functions of commercial in consumer society: dissertation... Candidate of Philosophical Sciences]: 09.00.11. Joshkar-Ola, 2018, 190 p.
7. Hrenkov V. V. There.
8. *10 korporacij, kontrolirujushhih mir nashego potrebleniya* [10 corporations controlling the world of our consumption]. Available at: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/12/02/10-korporacij-kontroliruyushhih-mir-nashego-potrebleniya/> (accessed 13.01.2024).
9. Fromm E. *The Revolution of Hope, toward a humanized technology*. Russ. ed.: *Revoljucija nadezhdy. Izbavlenie ot illuzij*; per. s angl. Moscow, Ajris-press [Iris Press], 2005, 352 p.
10. Markuze G. *One-dimensional man. A study on the ideology of industrial society*. Russ. ed.: *Odnomernyj chelovek. Issledovanie po ideologii industrial'nogo obshchestva*; per. s angl. Moscow, REFL-book [REFL-book], 1994, 368 p.
11. Horkhajmer M., Adorno T. V. *Dialectics of enlightenment. Philosophical fragments*. Russ. ed.: *Dialektika prosveshheniya. Filosofskie fragmenty*; per. s nem. Moscow, Saint Petersburg, Medium, Juventa [Medium, Juventus], 1997, 312 p.
12. Shalaev V. P. *Aktual'naja sinergetika: chelovek i obshchestvo v jepohu global'nyh transformacij: monografija* [Actual synergetics: man and society in the era of global transformations: monograph]. Joshkar-Ola, PGUT [VSUT], 2013, 183 p.
13. Gostev A. A. *Obraznyj kanal reklamy* [Figurative commercial channel]. Available at: <http://psyfactor.org/lib/reclama11.htm> (accessed 13.01.2024).
14. Baudrillard J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Russ. ed.: *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury*; per. s fr. M.: Respublika; Kul'turnaja revoljucija [Republic; Cultural Revolution], 2006, 269 p.
15. Bauman Z. *Individualized society*. Russ. ed.: *Individualizirovannoe obshchestvo*; per. s angl. Moscow, Logos [Logos], 2005, 390 p.
16. Rajnov B. *Mass culture*. Russ. ed.: *Massovaja kul'tura*; per. s bolgarskogo. Moscow, Progress [Progress], 1979, 488 p.
17. Shalaev V. P. *Aktual'naja sinergetika: chelovek i obshchestvo v jepohu global'nyh transformacij: monografija* [Actual synergetics: man and society in the era of global transformations: monograph]. Joshkar-Ola, PGUT [VSUT], 2013, 183 p.

18. Hrenkov V. V. *Ideologicheskie osnovy sovremennogo obshhestva (obshhestva potreblenija)* [Ideological foundations of present society (consumer society)]. SocioTime / Social'noe vremja [SocioTime], 2022, no. 2 (30), pp. 63–75. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.2.63

19. Shalaev V. P. *Chelovek i obshhestvo pered global'nymi vyzovami sovremennosti: social'nye pandemii kak faktor stanovlenija novogo mira* [Man and society facing the global challenges of our time: social pandemics as a factor in the formation of a new world]. Social'no-gumanitarnye nauki i prak-tiki v XXI veke: chelovek i obshhestvo pered global'nymi vyzovami sovremennosti: materialy vosemnadcatoj mezhdunarodnoj vesennej nauchnoj konferencii. Pod obshhej redakciej professora V. P. Shalaeva. Yoshkar-Ola, Povolzhskij gosudarstvennyj tehnologicheskij universitet, 2022, pp. 76–80.

20. Shalaev V. P. *Transformirujushhij mir sovremennosti kak vyzov cheloveku i obshhestvu* [The transforming world of modernity as a challenge to man and society]. Bezopasnost' cheloveka i ustojchivoe razvitie obshhestva pered vyzovami global'nyh transformacij. Dvadcat' pjatyje Vavilovskie chtenija: materialy mezhdunarodnoj mezhdisciplinarnoj nauchnoj konferencii: v 2 ch. Pod obshhej redakciej professora V. P. Shalaeva. Yoshkar-Ola, Povolzhskij gosudarstvennyj tehnologicheskij universitet, 2022, ch. 1, pp. 54–56.

21. Baudrillard J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Russ. ed.: *Obshhestvo potreblenija. Ego mify i struktury*; per. s fr. M.: Respublika; Kul'turnaja revoljucija [Republic; Cultural Revolution], 2006, 269 p.

22. Hohlova A. P. *Otchuzhdenie v obrazovatel'noj srede: formy projavlenija i sposoby bor'by* [Alienation in the educational environment: forms of manifestation and ways to combat]. SocioTime / Social'noe vremja [SocioTime], 2023, no. 2 (34), pp. 59–72. DOI: 10.25686/2410-0773.2023.2.59

23. Burnashev K. Je. *Formirovanie lichnosti v aspekte teorii social'noj standartizacii* [Personality formation in the aspect of social standardization theory]. SocioTime / Social'noe vremja [SocioTime], 2023, no. 1 (33), pp. 19–25. DOI: 10.25686/2410-0773.2023.1.19

24. Hrenkov V. V. *Ideologicheskie osnovy sovremennogo obshhestva (obshhestva potreblenija)* [Ideological foundations of present society (consumer society)]. SocioTime / Social'noe vremja [SocioTime], 2022, no. 2 (30), pp. 63–75. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.2.63

25. Shalaev V. P. *Stanovlenie novej teorii obshhestva: na putjah stanovlenija novogo mira* [The formation of a new theory of society: on the path to a new world]. SocioTime / Social'noe vremja [SocioTime], 2022, no. 4 (32), pp. 39–47. DOI: 10.25686/2410-0773.2022.4.39

#### Author's Bio

KHRENKOV Vadim Vladimirovich – Candidate of Philosophy, Master, Associate Professor of Social Sciences and Technology Department, Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola, Russia. E-mail: vad042@yandex.ru

#### Библиографическая ссылка

Хренков В. В. Функции коммерческой рекламы в современном обществе: социально-философский аспект // SocioTime / Социальное время. 2024. № 2 (38). С. 41–67. <https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.41>



Научная статья

УДК 725.56:316.3

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.68>

## **ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРАКТИК ЗАБОТЫ В ДОМАХ ПРЕСТАРЕЛЫХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Ю. А. Ольховская**

*Институт этнологии и антропологии РАН, г. Москва (Россия)*

*Введение.* В данной статье рассматриваются актуальные аспекты жизни людей после 55–60 лет в современном доме престарелых для одиноких, попавших в сложные жизненные ситуации, не позволяющие проживать на своей личной территории самостоятельно, без заботы окружающих, нуждающихся во внешней помощи. Цель исследования – разработать пути улучшения практик заботы о людях, живущих в домах престарелых, на уровне выявления возможностей их совершенствования.

*Методы.* Использованы аксиологический и социально-антропологический подходы и общенаучные методы (анализ, синтез).

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* Проведенное исследование позволило выявить составляющие улучшения и сохранения высокого качества жизни групп людей, проживающих в домах престарелых, в факторах рассмотрения как возрастных показателей, так и социальных, что создало основу определения барьеров, препятствующих оказанию заботы на высоком уровне в современных домах престарелых, сохраняя линию благополучной жизни людей, которые пользуются их услугами. Представлены пути улучшения практик заботы на государственном уровне в факторах организации домов престарелых нового типа с позиции их совершенствования, включающие в себя составляющие, позволяющие улучшить как физическое и психоэмоциональное самочувствие пожилых людей, так и активизировать их социальное взаимодействие с окружающими, улучшая тем самым показатели личной самооценки и других факторов, сохраняющих уровень личной жизни в критериях, приближенных к параметрам благополучной жизни.

*Заключение.* Выявленные возможности совершенствования организации домов престарелых позволили разработать пути улучшения практик заботы, создавая условия для поддержания физического, психоэмоционального и социального благополучия проживающих в них людей, отражая практическую и теоретическую значимость исследования. Представленные пути улучшения практик заботы будут также способствовать улучшению

социального мнения о домах престарелых в обществе, поднимая престиж и уровень социальной защиты граждан страны.

*Ключевые слова:* дом престарелых, практики заботы, пожилой возраст, забота, социальная защита, одинокий человек, качество жизни, поддержка.

**Введение.** В современном обществе есть слой населения страны, который, достигая определенного возрастного периода, связанного с рядом социально-профессиональных и личностных изменений на уровне потери материально-финансовых возможностей, нуждается в социальной защите, заботе и помощи по линии создания условий на государственном уровне, что позволило бы ему продолжать жизнедеятельность. Так, для одиноких и престарелых людей, а также взрослого населения, попавшего в сложные жизненные условия, на государственном уровне созданы дома престарелых, куда нуждающиеся в сторонней помощи, как в плане ухода, так и в ряде факторов обеспечения территорией проживания и необходимой базой для поддержания своей жизнедеятельности (питание, одежда и другое), могут переехать для дальнейшего проживания [1].

Изучение аспектов, связанных с организацией жизни в домах престарелых, и параметров, сопряженных с условиями нахождения и проживания в них нуждающихся людей, а также причин, по которым еще недавно благополучные члены общества стали одинокими и забытыми, не имеющими средств к существованию на личной территории, являются составляющими актуальной темы рассмотрения данного исследования с учетом современного развития страны и имеющихся тенденций к улучшению структуры жизни населения в государстве. Ведь именно этот возрастной слой населения требует особенной формы заботы со стороны окружающих, в том числе и на государственном уровне, что продиктовано закономерными изменениями, происходящими с течением времени в жизни на личностном, профессиональном, биологическом и физиологическом уровнях [2].

Так, выявление составляющих возможностей улучшения помощи на уровне совершенствования домов престарелых, представленных в существующих реалиях на современном этапе развития общества, и поиск путей улучшения заботы о проживающих в них людях составляют важную социальную значимость на практическом и теоретическом уровнях рассмотрения данного вопроса. Это указывает на актуальность темы представленного исследования, поскольку социальные условия в государстве создают основу поддержания благополучной линии жизни его граждан в разных возрастных периодах, а также исходя из возможности восстановления и сохране-

ния высокого качества жизни любого гражданина – члена общества, который по разным причинам попал в сложную жизненную ситуацию.

Данное исследование позволяет выявить факторы, способствующие улучшению жизни незащищенной и уязвимой части населения, являющейся группой риска, для попадания в среду жизни домов престарелых, а также определить возможности совершенствования современных домов престарелых, исходя из улучшения условий пребывания в них на уровне как организационных параметров, так и критериев улучшения практик заботы о данной категории граждан страны.

**Цель исследования** – выявить возможности совершенствования жизни людей, проживающих в домах престарелых, и разработать пути улучшения практик заботы о них на уровне увеличения качества жизни и восстановления благополучного фона жизнедеятельности.

**Научной новизной** представленного труда явились разработанные организационные аспекты, позволяющие создать дома престарелых нового типа, а также пути практик заботы, в значительной степени улучшающие жизнедеятельность людей, проживающих на территории домов престарелых.

**Методы исследования.** Применен аксиологический подход, диктующий рассмотрение различных аспектов, связанных с проявлениями человека, в том числе и в рамках его жизнедеятельности, в порядке морально-нравственных ценностей, которые позволяют обеспечить условия для проведения исследования, имеющего качественные критерии результативного показателя линии влияния на жизнь населения, исходя из сохранения и восстановления его благополучия.

Также использован социально-антропологический подход, на основе которого рассмотрено существование человека и общества, где основными составляющими для исследования выступили показатели сохранения безопасности, благополучия как отдельных членов социума, так и общества в целом на уровне социальных аспектов их обеспечения в порядке имеющихся взаимосвязанных социальных и государственных связей.

Основу исследования составили общенаучные методы, такие как изучение, анализ, объективность и комплексность.

**Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.** Жизнь каждого человека проходит через ряд возрастных периодов, которые в рамках имеющихся социально-бытовых и экономических условий отражены в возрастной градации. С одной стороны, это связано с физиологическими и психологическими аспектами, а с другой – продиктовано

социальными устоями, которые в значительной мере отражаются на людях после достижения ими определенного возрастного порога. Так, члены общества по достижении определенного возраста становятся носителями общепринятых критериев по отношению к своей личности, связанных как со здоровьем, особенностями психоэмоциональной сферы и образом жизни, так и с профессиональными и социальными аспектами, гарантированными на государственном уровне, в факторах предоставления социальной защиты и жизнеобеспечения граждан определенных возрастных категорий. Это означает, что ряд протекающих событий с начала вступления личности в конкретный возраст характеризуется общими закономерностями для всех граждан страны [3].

В то же время с течением жизни возрастной порог повышается, фактический возраст человека увеличивается. При благоприятных жизненных условиях индивид достигает возрастных периодов, которые, по данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), характеризуются как средний (45–59 лет), пожилой (60–74), старческий (75–90) и возраст долгожителей (90+) [4]. Таким образом, повышение возрастного порога для граждан любой категории является показателем положительных аспектов жизнеобеспечения, образа жизни, безопасности, сохранения параметров здоровья на всех уровнях (физическом, психоэмоциональном, социальном) и смежных внешних социальных факторов соответственно, позволяющих находиться в позиции активного и благополучного жизнепротекания.

Увеличение возраста – это неизбежный показатель в жизни каждого человека, который прерывается только ввиду наступления смерти, что на государственном уровне отражается в количественных данных демографических составляющих. Надо отметить, что высокоразвитые и экономически лидирующие страны поддерживают стабильно устойчивое, высокое качество жизни у всех категорий своих граждан, обеспечивают им положительные внешние, социальные, культурные, экономические, территориальные, технологические, бытовые, профессиональные и другие условия жизни, позволяющие населению государства, которое состоит из каждой отдельной личности в нем проживающей, благополучно и счастливо жить до 85–90–100 и более лет – возрастного критерия, характерного для старчества и долгожительства. Это указывает на то, что возрастной аспект, до которого доживает большинство населения, характеризует уровень жизни в стране и создает критерий для рассмотрения качества жизни ее населения, отражая уровень развития самого государства. То есть присутствие внешних условий, обеспечивающих высокое качество жизни людей в любом возрасте, в том числе и в среднем, пожилом, старческом и возрасте долгожителей, от-



ражает благополучие на мировой экономической арене самого государства, подчеркивая факторы его высокого развития и благосостояния [5].

Вышеописанное акцентируется в нашей стране многими программами на государственном уровне, диктующими на современном этапе развития общества разработку путей и методов совершенствования создания благоприятных внешних социальных условий и факторов жизнеобеспечения, позволяющих создать фактические условия для жизни ее граждан, которые будут соответствовать параметрам высокого качества во всех сферах на уровне высокоразвитых стран, повышая статус и положение России в мире. Это отражает ряд приоритетных направлений на пути развития страны, где большое значение придается улучшению качества жизни людей после 55–60 лет, что позволит не только продлить им жизнь на уровне сохранения здоровья и хорошего самочувствия (физического, психоэмоционального, социального), но и обеспечить ее благополучными условиями для протекания в активной форме, позволяя личностям данной категории сохранить аспекты жизнерадостности, психоэмоционального фона и социально-дружественного взаимодействия с окружающими людьми [6].

С одной стороны, в рассматриваемом возрастном критерии (с 55–60 лет и старше) присутствуют условия продолжения жизнепротекания людей на линии социальной, личностно-бытовой и профессиональной жизни в рамках личной территории их проживания при сохранении возможности финансового обеспечения в факторах самостоятельного или семейного параметров, что является наиболее оптимистичным показателем качества (данной категории населения) жизни, отражающим часть параметров ее благополучного течения. Но, с другой стороны, налицо значительное снижение качества жизни людей после 55–60 лет.

Несмотря на то что сегодня на фоне мирового экономического спада экономика России вышла на четвертое место в мире и первое – в Европе, следует отметить, что указанный спад в экономике коррелирует с такими процессами, как повышение криминогенной обстановки, культурно-нравственных и этнических разногласий; значительное снижение цивилизованности населения, проявляющегося на уровне малокультурного и асоциального поведения в социальной среде, что отражается в нарушении безопасности жизни граждан; высокий темп жизни, частые ее трансформации во всех сферах; отсутствие возможностей обеспечения полноценного отдыха и комфортных бытовых условий жизни; недостаточность и часто недоступность положительных социальных факторов во внешней среде жизни человека, которые влияют на развитие его эмоционального интеллекта и



поддержку аспектов благополучия психоэмоционального и социального здоровья, а также создают предпосылки к развитию и сохранению интереса к жизни и активному личному в ней проявлению [7].

Например, многие неблагоприятные аспекты современного бытия разрушающе воздействуют на людей, нарушая естественный благополучный ход жизни. Часто по причинам или финансового неблагополучия, или связанным с нарушением здоровья, или с потерей жилья, близких людей, в особенности являющихся кормильцами и опорой семьи, люди в преклонных годах остаются одни в критических жизненных условиях, которые не позволяют жить дальше самостоятельно, что ставит под угрозу само их существование. Поэтому людям в возрасте, находящимся в сложных и критических жизненных ситуациях, нуждающимся во внешней поддержке, помогают на государственном уровне в специально созданных учреждениях социально-медицинской направленности – домах престарелых, имеющих как государственное финансирование, так и частное.

В настоящее время дома престарелых в России отражают систему проживания, ухода, питания, оказания базовой медицинской помощи женщинам после 55 лет и мужчинам после 60 лет – одиноким или имеющим ряд заболеваний, снижающих возможности в самоуходе и бытовой жизни, или лишенным другой возможности независимого проживания на личной территории. Дом престарелых – это место, позволяющее продлить жизнь пожилому человеку, однако здесь присутствуют режимные составляющие, которые резко отрицательно влияют на здоровье и общее самочувствие людей, пользующихся его услугами. Следует подчеркнуть, что дом престарелых оказывает именно услуги на государственном уровне по заботе, уходу и жизнеобеспечению людей, начиная со среднего возраста, к которому относится контингент лиц с 55 лет, по определению ВОЗ.

В мире в целом и в России в частности является известной и общепринятой ситуация, когда в среднем и пожилом возрасте многие личности, достигая больших успехов в работе или осуществляя мечты на фоне реализации имеющихся талантов, меняют свою профессиональную сферу, создают семьи, путешествуют, ведут активную культурно-социальную жизнь, общаются и, по сути, просто благополучно продолжают жить, не думая о своем фактическом возрасте по паспорту. Психологами и специалистами в области медицины давно подтвержден факт наличия у человека не только биологического возраста (паспортного), но и физического, а также психологического, что отражает состояние здоровья на физическом, психоэмоциональном и социальном уровнях. И именно возраст физический, а также психологический являются показателем внешних условий, качества и обра-

за жизни человека. Часто благоприятные и здоровьесберегающие условия, которые подразумевают параметры среды жизни человека и влияние на него факторов сохранения здоровья на всех уровнях (физическом, психоэмоциональном и социальном), позволяют сохранить физический и психологический возраст намного более молодым, чем биологический [8].

Таким образом, услуга по заботе о гражданах страны 55–60 лет и старше на государственном уровне должна отражать факторы, позволяющие людям сохранять и восстанавливать личные силы в плане хорошего самочувствия, что сказывается на улучшении показателей и параметров физического и психоэмоционального здоровья в рамках уменьшения физического и психологического возраста. Известно, что забота – это сознательная деятельность, направленная на оказание помощи другому в различных требуемых аспектах, которые на уровне заботы о человеке позволяют восстановить и поддержать высокое качество его жизни [9].

Разработанная система государственной помощи в рамках заботы о гражданах страны в возрасте после 55–60 лет заключается в том числе и в факторах создания домов престарелых, где люди имеют возможность дожить до конца своих дней. В рассматриваемом аспекте термин «дожить» является ключевым, так как на организационном уровне в домах престарелых созданы условия именно для дожития людьми своей жизни, что подчеркивается специалистами, благотелителями и волонтерами, старающимися в видимых существующих рамках пребывания здесь людей улучшить их жизнь за счет создания досуга и различных занятий, которые имеют режимный характер и не позволяют исключить отрицательные факторы усугубления нарушенного внутреннего психологического и физического состояния лиц, живущих в данных учреждениях [10].

Описанный режимный характер определяется присутствием авторитарной системы жизни в доме престарелых, когда проживающие здесь люди средних лет и пожилого возраста вынуждены подчиняться распоряжениям и распорядку, предписанными им сотрудниками заведения, от которых они находятся в прямой зависимости во всех факторах жизнеобеспечения. Режим также определяется требованием соблюдать выработанные правила поведения даже в проявлении личных эмоций в установленные часы или на мероприятиях, где, например, пожилым людям рекомендуют хлопать в ладоши или выражать радость тогда, когда происходящее не интересно или отвлекает от добрых воспоминаний о прежней прекрасной жизни, или требует по их внутреннему состоянию эмоционального и физического отдыха. Кроме того, повсеместные режимные требования соблюдения порядка и

тишины не позволяют проявлять естественные чувства при общении: громко смеяться и радоваться, высказывать личное эмоциональное отношение к другим проживающим.

Режим отражает соблюдение правил общего порядка присутствия людей на обходах и других специализированных положений, когда необходимо находиться в определенное время в определенном месте (сидеть на стуле, кровати, находиться в палате, коридоре) вне зависимости от личных нужд, предпочтений и даже самочувствия. Также режим дня и ночи в домах престарелых подразумевает прием пищи, часто даже питья, осуществления гигиенических процедур и личного ухода, прогулок, межличностного общения, просмотра телевизора и т. п. только в строго определенное время, что нарушает удовлетворение личных нужд людей, которые здесь проживают, исходя из их вкусов, приоритетов, элементарных бытовых и гигиенических факторов, личностных потребностей, самочувствия, особенностей, характерных для личного хронотипа, и др. [11].

В частности, проживание в домах престарелых в нашей стране создает условия для возможности именно дожития, но не благополучной и счастливой жизни, которая имеет критерии качества, что полностью разрушено в системе режима, принятого в домах престарелых, где у подопечных отсутствуют свобода и возможность принятия решений касательно личной жизни, даже в рамках личностно-бытовых характеристик, питания, сна, бодрствования и важного для человека параметра – коммуникабельности, заключающейся в особенности сохранения и поддержания психоэмоционального и социального здоровья и благополучия, косвенно отражаясь на показателях физического здоровья, в особенности сердечно-сосудистой и нервной систем.

Вышеописанное подтверждено данными исследователей, отмечающих в своих научных трудах, что большинство живущих в домах престарелых страдают сердечно-сосудистыми заболеваниями и патологией нервной системы, отражающихся в факторах нарушения регуляции на уровне автономной нервной системы, снижающей защитные психические свойства личности. Когда человек попадает в среду, где отсутствует свобода, это ставит его в условия подчинения окружающим, а также лишает привычных радостей, возможности удовлетворять личностно-бытовые потребности.

Люди в возрасте имеют свой, ранее пережитый опыт, который был связан со счастливыми семейными буднями, любимыми местами, путешествиями, профессиональной деятельностью, уважением окружающих, с жизнью, в которой люди также осуществляли заботу и межличностные взаимо-

отношения в высоких критериях, помня и имея об этом определенные социальные представления. Попадая в дома престарелых по причине сложной жизненной ситуации, люди, зная и понимая, что для них лучше в факторах поддержания хорошего самочувствия, удовлетворения личных нужд на уровне гигиены и питания, общения, оказываются в среде, позволяющей существовать только на фоне полного подчинения во всех аспектах окружающему их персоналу, что изначально унижает чувство собственного достоинства, разрушает самооценку и нарушает параметры гуморальной регуляции, приводящих к развитию патологии сердечно-сосудистой и нервной систем [12].

Также известно, что, попадая в среду пребывания и жизни в домах престарелых, люди приобретают образ «застывшей роли»: они «оседают», смиряясь и понимая, что становятся полностью зависимыми во всех аспектах, вынуждены скрывать личное мнение и потребности, а также внутренне сдерживать порывы по реализации своих интересов «в порядке выполнения условий и правил режима» учреждения, в котором теперь находятся и будут жить. Учитывая, что у данного контингента лиц нет альтернативы, надо понимать, какой колоссальный психоэмоциональный стресс они переживают; в длительных временных грациях он становится психической травмой, создающей условия для сильной внутренней подавленности, апатии, усиливая ощущение внутреннего одиночества, отягощающееся за счет понимания отсутствия перспектив восстановления своей благополучной личной жизни в будущем.

Современная организация домов престарелых по линии системы заботы на государственном уровне о людях в пожилом и старческом возрасте представляет собой среду с казенной атмосферой, исключающей свободные контакты данного контингента граждан с внешним миром и характеризующейся отсутствием удовлетворения личных интересов, хобби и т. п., что порождает скуку в условиях длительного пребывания, выражающихся годами и десятилетиями жизни. Жизни в среде, где присутствует авторитарное поведение персонала и других людей из внешнего мира, где отсутствуют личные и дорогие для подопечных вещи, на фоне понимания, что своего имущества и частной жизни у них больше нет и не будет. Человек осознает, что потерял факторы творческой и профессиональной реализации. Даже если он обладает большим талантом или высокими профессиональными навыками, то в доме престарелых находится в условиях утраты работоспособности и профессионального признания, которые так важны для самооценки и достижения понимания успешности своей жизни, чему предшествовали многие годы обучения, стажировки, работы, что было резко пре-

рвано из-за ряда жизненных обстоятельств и создало условия для невозможности жизни на личной территории. Хотя данная группа людей и относится к ценному капиталу страны, но в силу описанных факторов государство его лишается [13].

По совокупности всех рассмотренных аспектов люди, попадая в дома престарелых, теряют надежду на восстановление своей благополучной и счастливой жизни, а отсутствие личного видения перспектив создает условия для развития у них старческой астении, которая в данных учреждениях становится характерной и в относительно молодые годы (55–60 лет). Если учесть, что многие люди являются долгожителями и достигают 90–100 лет, то в данном случае их жизнь в домах престарелых будет длиться несколько десятилетий (20–30–40 лет). Поэтому очень важно совершенствовать аспекты организации проживания здесь людей на уровне пересмотра режима и ряда других факторов.

Выявлению симптомов старческой астении у подопечных в домах престарелых посвящены исследования многих специалистов. Они, в частности, отмечают развивающиеся с годами особенности здоровья, проявляющиеся в склонности к падениям, низкому моральному статусу, снижению уровня таких сенсорных чувств, как слух и зрение, а также нежеланию общаться, что часто диагностируется персоналом как развитие депрессивного расстройства [14].

Все вышеперассмотренные аспекты характеризуют взаимозависимую цепочку причинно-следственной связи развития патологического симптомокомплекса у людей, живущих в домах престарелых, которые отражают недостаток заботы на государственном уровне о людях в возрасте, не имеющих возможности проживать свою жизнь на личной территории по разным причинам, в том числе и вышеперечисленным. Поэтому многие факторы, связанные с волонтерской деятельностью или внедрением дополнительных социально-коммуникационных мероприятий в существующую структуру организации и жизнепротекания в домах престарелых, смогут в значительной степени создать условия для счастливой жизни пребывающим здесь людям. Это указывает на необходимость исключения барьеров, которыми являются рассмотренные ранее режимные составляющие, приводящие к развитию отчужденности личности от внешнего мира, ограничению свободы, нарушению удовлетворения личностно-бытовых, пищевых, двигательных, культурных, хронотипных, профессиональных и других факторов на уровне частной жизни, которая охраняется государством на законодательном уровне и необходима для сохранения и восстановления показателей физического, психоэмоционального и социального здоровья у данной группы лиц для поддержания высокого качества их жизни, позволяющего со-

хранить когнитивные свойства, чувство собственного достоинства, высокую самооценку и исключить потерю положительных перспектив на будущее даже у долгожителей в преклонных годах.

Поэтому одной из важных государственных задач в настоящее время является поиск путей улучшения заботы о живущих в домах престарелых. Сегодня данные практики сведены к увеличению доли занятий на уровне творчества, различных игр, адаптивной физической культуры или праздничных мероприятий в рамках концертов и встреч с известными личностями. Но данные практики не исключают барьеры, вызывающие негативные последствия пребывания людей в возрасте в домах престарелых, и поэтому не позволяют совершенствовать в значительной степени форму заботы о них на государственном уровне. Так, проведенный поиск новых путей улучшения практик заботы, позволяющих улучшить среду жизни для части населения страны после 55–60 лет, попавших в сложные жизненные ситуации, дает возможность рассмотреть новую модель организации домов престарелых, которая бы исключила все выявленные ранее барьеры на пути к счастливой и благополучной жизни для данного контингента лиц.

Проведенный анализ литературы выявил, что в ряде стран дома престарелых представляют собой форму жизни квартирного типа, позволяющую исключить факторы строгого режима и атмосферу казенного учреждения социально-медицинской направленности, в которой присутствует ряд параметров, усугубляющих состояние лиц в нем находящихся. В основном к ним относятся такие параметры, как специфичная мебель, интерьер, характерный для медицинских учреждений (палат, отделений), посторонние шумы, часто мешающие отдыхать, спать и создающие атмосферу повышенной тревожности для людей в возрасте, напоминая им о месте нахождения и отсутствии свободы [15].

Несмотря на то что среда в домах престарелых, по мнению ряда авторов, щадящая, однако исходя из бытового аспекта, она является также резко ограничивающей и негативной в порядке вышеописанных составляющих, которые на психоэмоциональном уровне создают условия для появления у пациентов чувства и факторов утраты контроля над собственной жизнью и потерю всех ее параметров, создавая образ подневольных людей [16]. В данном критерии чувство внутренней тревоги также усугубляет их состояние здоровья, приводя к развитию заболеваний сердечно-сосудистой, нервной и других систем, что характерно для лиц, живущих в данных учреждениях.

Используя положительный международный опыт организации ряда аспектов жизни в заведениях, выполняющих функцию домов престарелых, и

учитывая особенности организации оказания социально-медицинской помощи гражданам России в факторах созданной масштабной системы учреждений санаторно-курортного типа и домов отдыха, предоставляющих spa-услуги, к которым относятся характерные для санаторного лечения процедуры, позволяющие повысить показатель коэффициента полезного действия (КПД) человека, отражающего активность и работоспособность (творческую деятельность, самообслуживание и др.), улучшить состояние здоровья, личного самочувствия, психоэмоционального фона и социальной активности представляется возможным при совершенствовании практик заботы о рассматриваемом контингенте лиц на базе санаториев и домов отдыха.

Данному фактору благоприятствует расположение на территории Российской Федерации большого количества санаториев, баз и домов отдыха, где возможно выделить апартаменты для лиц из домов престарелых в рамках не более 10–15 % от общего числа в нем отдыхающих, что будет сохранять уровень социально благополучного общества, в котором люди в возрасте, находящиеся в сложных жизненных ситуациях, смогут вернуться к своему статусу достойного члена общества на уровне высокой самооценки и поддержания чувства собственного достоинства в рамках нахождения в кругу людей, живущих во внешнем мире социально активной жизнью. Данное обстоятельство исключит развитие у рассматриваемого контингента лиц чувства отчужденности, одиночества и изоляции от общей социальной жизни населения страны.

Выявляется важность создания *апартаментов, этажей с апартаментами* в санаториях и домах отдыха для проживания людей в возрасте, не имеющих возможности находиться самостоятельно на личной территории, чтобы преобладающая часть посетителей и гостей санаториев состояла из лиц, свободно живущих во внешнем мире (85–90 %).

В санаториях и домах отдыха есть все необходимое для создания комфортных условий для проживания людей в возрасте после 55–60 лет. Здесь *отсутствует строгий режим*, характерный для домов престарелых, больниц и других учреждений, ограничивающий свободу граждан и требующий выполнения режимного порядка по всем критериям. В санаториях действует свободный режим распорядка дня, созданный для поддержания отдыха, психоэмоционального расслабления, восстановления физических и психоэмоциональных сил, благоприятного социального общения и времяпрепровождения на фоне присутствия бытовой заботы и уважительного отношения персонала к личной жизни и нуждам гостей. В санаториях и домах отдыха к каждому посетителю относятся как к гостю, поддерживая аспекты высокоуважительного отношения и оказания заботы и помощи во всех фак-



торах на уровне преподносимых услуг и обеспечения благоприятного проживания [17].

Создание системы проживания людей, нуждающихся в социальной заботе на государственном уровне, которым предлагается переехать жить или доживать свои дни в дом престарелых, даст возможность селиться в отведенные для этого комфортные апартаменты, имеющие определенное оснащение, характерное для личной территории проживания, и учитывающие необходимость длительного здесь нахождения. *Интерьер санатория или дома отдыха отличен* от дома престарелых: апартаменты должны быть оснащены, помимо постели, как минимум шкафом, столом, креслом, тумбочкой, душевой комнатой для личного пользования и другими элементами обычной жизни, количество которых может быть расширено или изменено в зависимости от особенностей лица или лиц, в нем проживающих. Для создания наиболее благоприятной обстановки для проживания здесь необходимо уделить внимание деталям, которые будут поддерживать атмосферу домашнего уюта на уровне присутствия личных вещей, важных для человека в возрасте (картины, фотографии, вазы и др.).

Появляется *необходимость в оснащении апартаментов* стационарным телефоном, мини-холодильником, чайником, которые позволят пожилым людям при необходимости утолить жажду и голод за счет возможности хранить у себя в комнате продукты для перекуса, фрукты и др. Учитывая, что в санаториях и домах отдыха присутствует система питания на уровне меню или шведского стола, при которой обеспечены условия приема полноценной и вкусной пищи, имеющей соответствующие параметры полезности, то у подопечных будет возможность удовлетворять свои гастрономические потребности.

Необходимо *создание фитобаров*, где в течение дня можно в свободном режиме пить чай или перекусывать. При плохом самочувствии или нежелании посещать столовую должна быть возможность (на уровне коммуникации) по стационарному телефону в номере (апартаментах) заказать еду «на дом» (в номер).

Кроме того, у живущих в апартаментах появится возможность регулярно и по личному желанию *получать оздоровительные процедуры* (спа-процедуры, массаж, лечебные ванны и лечебную физкультуру, реабилитацию и проч.) для восстановления и поддержания параметров своего здоровья наравне с гостями санаториев.

Режим личного *передвижения по территории* санатория или дома отдыха и прилегающими к ней парковой и природной зонами должен быть свободным так же, как и посещение различных мастер-классов, развлечения-



тельных и праздничных мероприятий, проводящихся ежедневно в данных учреждениях.

Люди в пожилом возрасте *смогут посещать библиотеку* и пользоваться книгами, а также ходить в местные *магазины*, где на уровне определенного лимита и закупочных цен у них появится возможность приобретать для себя необходимые вещи, которые могут быть оплачены организациями, реализующими благотворительную деятельность в данном направлении.

Учитывая имеющиеся профессиональные навыки и умения, при личном желании и с помощью помощников из числа персонала дома отдыха или санатория, обеспечивающих уход и благоприятные условия своим подопечным на уровне создания различных связей сотрудничества, проживающие смогут в свободном и гибком графике осуществлять здесь консультативную и другую *профессиональную деятельность* в удаленном формате при помощи онлайн-включений или, при необходимости, при личном посещении их другими сотрудниками для осуществления оплаты, которая будет зачисляться на личный счет подопечного, увеличивая его финансовые возможности.

Также у каждого проживающего в домах престарелых нового типа должен быть *в личном доступе компьютер*, пользоваться которым на бытовом уровне можно самостоятельно или с помощью помощников. Учитывая созданную структуру многих обучающих курсов на уровне «Московского долголетия», данный контингент сможет участвовать в различных семинарах, обучаться любому виду творчества или получать новые навыки, а также выполнять понравившиеся комплексы лечебной физкультуры, посещать лекции по искусству или любому другому направлению, что создаст у пользователей большую базу новых интересов. Необходимые для творчества материалы по запросу предоставляются помощниками или могут быть заказаны в онлайн-магазинах на личные средства.

Многие люди в возрасте имеют таланты и творческие способности, которые сейчас монетизируются на уровне *создания онлайн-магазинов* на различных платформах. Так, у представителей поколения пожилых, имеющих данные навыки и желание создавать своими руками различные вещи, с помощью помощников должна быть возможность открывать подобные магазины, прибыль от продаж в которых поступала бы им на личный счет и в личное распоряжение. Это также создаст факторы становления личной независимости и больших экономических – потребительских возможностей для человека, живущего в доме престарелых.

Наличие компьютера и других средств связи в личных апартаментах у каждого проживающего позволит *поддерживать взаимоотношения* с близкими, друзьями, знакомыми, дальними родственниками, бывшими сослу-

живцами на уровне общения в социальных сетях и при помощи онлайн-звонков, что создаст условия для поддержания и увеличения социальной активности и интеграции в жизнь социума данного контингента.

Санатории и дома отдыха необходимо совершенствовать на предмет создания в них *комнат-прачечных*, оснащенных стиральными машинами с сушилками, где в свободном доступе и в свободном режиме гости и жители смогут самостоятельно или с помощью помощников стирать свои вещи.

Рассматриваемые лица должны иметь возможность *выезда на экскурсии* в группах, сформированных в санатории, в свободном для себя режиме и в произвольном количестве. У людей, имеющих стабильные показатели здоровья, появится *возможность самостоятельного передвижения* в близлежащие населенные пункты, а при ограниченных физических возможностях – в сопровождении и с помощью помощников.

Надо отметить, что в рассматриваемом контексте под *помощниками* понимаются люди, которые будут работать с лицами, живущими в доме престарелых нового типа, помогая им, обеспечивая всем необходимым и осуществляя внешние цепочки взаимодействия с различными специалистами, а также создавая благоприятные условия жизни.

Также важно, чтобы определенными сотрудниками, например из службы безопасности санатория или дома отдыха, осуществлялся *мониторинг места нахождения* лица из дома престарелых, учитывая его свободное передвижение. Это возможно при помощи связи GPS, которая на современном уровне осуществима благодаря ношению часов, наклеек, брелока и др., что позволит знать о местонахождении подопечного лица и при возможности выйти с ним на связь, чтобы уточнить, все ли с ним хорошо и не нужна ли помощь, которую при необходимости помощник окажет во всех организационных и других параметрах.

С целью улучшения когнитивных, социальных и коммуникативных качеств на первом и последующих этапах на регулярной основе или при необходимости человеку, который начинает жить в доме престарелых, важна *услуга стилиста и парикмахера* по созданию, восстановлению или помощи в поддержании благоприятного образа. Такая помощь повысит личную самооценку, позволит пожилому человеку активно участвовать в социальной жизни санатория или дома отдыха, уверенно чувствуя себя среди других гостей, имеющих благополучную жизнь во внешнем мире. В задачи стилиста будет входить подбор образа на уровне добротных и стильных вещей, поддерживающих элегантность и статусность человека, а забота парикмахера – создать модную прическу, подчеркивающую красоту и ухоженность. Женщины, при желании, смогут использовать профессиональ-

ный макияж, который позволит им увидеть себя помолодевшими на 10, а то и 20 лет, красивыми и эффектными, что создаст условия для повышения самооценки и мотивации к активному социальному проявлению и общению.

Следует подчеркнуть, что необходимо *создать упрощенную схему заселения* в дом престарелых, где при обращении человека пожилого возраста сразу заселят в любой свободный номер санатория или дом отдыха, а уже в дальнейшем при оформлении переселят в более комфортабельный номер, где он сможет создать свой «дом».

Учитывая, что в сложных жизненных ситуациях могут находиться люди в возрасте, например, потерявшие близких и оставшиеся с несовершеннолетними внуками, то в данном случае им будет предоставлена возможность *заселяться в двухкомнатные апартаменты* с возможностью проживания с ребенком, который с помощью помощников может быть устроен в ближайшую школу или обучаться с помощью онлайн-программ. Также возможность *совместного деления апартаментов*, при необходимости двухкомнатных, должна быть при обоюдном желании у семейной пары престарелых людей, родных братьев, сестер, близких друзей, которые составляют друг для друга семью, поддерживают друг друга и общаются.

В других случаях расселение людей, нуждающихся в проживании в доме престарелых, должно быть в комнатах (апартаментах) *с отдельным проживанием*, что поможет человеку избежать отчуждения, конфликтов, сохранить индивидуальный режим дня, реализовать личные потребности (например, при онлайн-общении с группой из «Московского долголетия»).

Учитывая, что люди из дома престарелых в вышепредложенных критериях путей улучшения практик заботы на уровне организации дома престарелых нового типа смогут найти своих родственников или даже вернуться к профессиональной деятельности, или найти партнера по жизни, вступив в брак, то данный аспект подразумевает, например, их *возвращение* к проживанию на *личной территории* или *переезд в апартаменты* для двоих.

Ввиду масштабного распространения санаториев, баз и домов отдыха на территории Российской Федерации, а также учитывая климатические особенности, факторы лечения в природной среде на разных территориях страны, каждому проживающему в доме престарелых по его желанию должна быть предоставлена возможность *временного* или *длительного переезда* в другой санаторий в схожие апартаменты вместе с перевозом его личных вещей (компьютера, одежды, других бытовых предметов), которыми он пользуется в своем «доме» (кроме мебели). Данный переезд может быть связан и с приобретением профессиональных или восстановлени-

ем утерянных родственных связей, что позволит человеку общаться на нейтральной и личной территории с близкими ему людьми и улучшит качество жизни во всех аспектах.

Также надо отметить, что людям, имеющим ухудшение здоровья, должна предоставляться *возможность лечиться в санатории или доме отдыха, получать онлайн-консультации различных врачей с помощью телемедицины или проходить необходимое стационарное лечение в специализированных больницах*, с которыми заключаются контракты на уровне санаторий (дом престарелых) – больница. При значительном ухудшении здоровья, отсутствии возможности передвигаться и осуществлять самообслуживание, но при сохранении стабильного состояния, необходимое медицинское оснащение и любая требуемая помощь должны предоставляться в апартаментах, а при дальнейшем ухудшении самочувствия пациента перевозят в стационар, что соответствует оказанию профессиональной медицинской помощи лицам, проживающим на личных территориях во внешней среде.

Вышесказанное диктует переименование дома престарелых в более статусное и презентабельное название, например *«санаторий с проживанием»*, *«апартаменты для жизни»* или другое, что позволит сохранить достоинство его подопечным, попавшим в сложные жизненные условия и достигшим определенного возрастного критерия (старше 55–60 лет), которые, переезжая в дом престарелых нового типа как санаторий для жизни, сохранили бы и чувство собственного достоинства, и уверенность в своих силах, а также социальное уважение окружающих. Это обстоятельство позволит создать новое социальное представление о таких домах престарелых и их жителях – людях, проживающих в санаториях и домах отдыха, а не престарелых и одиноких стариках, что в свою очередь уменьшит отчуждение от данных аспектов в обществе и снизит страх старения у большинства населения, а также улучшит факторы адаптации людей к новой обстановке проживания в условиях курорта.

**Заключение.** Таким образом, в представленной работе рассмотрены различные аспекты совершенствования организации домов престарелых и предложены пути поиска оказания практик заботы о людях, находящихся в домах престарелых в Российской Федерации, реализация которых в значительной степени позволит улучшить на государственном уровне данную структуру, создавая условия для сохранения чувства благополучия личной жизни у рассматриваемого контингента лиц, увеличивая качество их жизни, структуры социальной защиты и поддержания благополучия в социуме в России, что в итоге поднимает престиж страны на международном уровне.

Полученные в ходе проведенного исследования результаты в факторах разработки организационных аспектов модернизации существующих на сегодняшний день домов престарелых в России и создание на их основе домов престарелых нового типа, имеющих особенности совершенствования в них условий проживания, а также представленные пути улучшения практик заботы, несут практическую и теоретическую значимость. Они могут быть использованы для развития научно-теоретических подходов в области социологии и социально-культурной антропологии, а также в практической сфере на уровне создания домов престарелых нового типа, включающих в себя улучшенные практики заботы о престарелых, одиноких и попавших в сложные жизненные ситуации людях, проживающих на их территории, что улучшит сферу государственной социальной заботы о гражданах страны и повысит уровень ее благосостояния.

#### *Список литературы*

1. Арстанбекова М. А. Деятельность социального стационарного учреждения для пожилых людей города Бишкека и состояние здоровья их подопечных // Вестник Кыргызско-Российского Славянского Университета. 2019. № 5 (19). С. 81–86.
2. Гудакова Л. В., Клещевникова А. И. Нравственность и гуманизм в управлении // Экономика и социум: научно-практический электронный журнал. 2016. № 1 (20). С. 1–5.
3. Барсуков В. Н., Калачикова О. Н. Эволюция демографического и социального конструирования возраста «старости» // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020. № 13 (1). С. 34–55.
4. Козлова О. А., Секички-Павленко О. О. Теоретические основания определения возрастных границ и возрастной структуры населения в контексте демографического старения // AlterEconomics. 2022. № 19 (3). С. 442–463.
5. Павлова Н. С., Сергиенко Е. А. Субъективное качество жизни, психологическое благополучие, отношение к временной перспективе и возрасту у пенсионеров, ведущих разный образ жизни // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2020. № 4 (10). С. 384–401.
6. Белкин М. М. Лекарство от одиночества // Лечащий врач. 2014. № 9. С. 84–85.
7. Связь социально-экономических факторов с синдромом старческой астении (хрупкости) у долгожителей / А. Н. Врублевский, О. Н. Ткачева, Д. А. Каштанова, В. В. Ерема, М. В. Иванов, Е. Р. Сутулова, В. Н. Ларина // Лечебное дело. 2022. № 3-4. С. 114–124.
8. Гринина О. В. Возраст – основная координата исследований индивидуального и общественного здоровья // Вестник РУДН. Серия: Медицина. 2004. № 2 (26). С. 35–41.
9. Потехина И. П., Чижов Д. В. Потенциал старшего поколения как составляющая национального человеческого капитала (по материалам исследования в регионах ЦФО) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 2 (132). С. 3–23.
10. Милюков В. Е., Жарикова Т. С. Критерии формирования возрастных групп пациентов в медицинских исследованиях // Клиническая медицина. 2015. № 11. С. 5–11.
11. Николаева О. В. Пенсионеры в современных условиях: ценности и социальное самочувствие (на материалах конкретно-социологического исследования в г. Казани) / Вестник Чувашского университета. 2010. № 2. С. 141–144.

12. Herr A., Nguyen T. V., Schmitz H. Public reporting and the quality of care of German nursing homes // *Health Policy*. 2016. No. 10 (120). Pp. 1162–1170.

13. Гудакова Л. В., Килиджан С. Проблемы управления и организации стационарной формы социального обслуживания пожилых людей // *Экономика и социум*. 2016. № 12 (31). С. 917–925.

14. Hitt L. M., Tambe P. Health care information technology, work organization, and nursing home performance // *Ilr Review*. 2016. No. 4 (69). Pp. 834–859.

15. Castle N. G., Engberg J. Organizational characteristics associated with staff turnover in nursing homes // *The Gerontologist*. 2006. No. 1 (46). Pp. 62–73.

16. Hamel K. Making nursing homes more community-oriented: insights from an exploratory study in Germany // *Ageing & Society*. 2016. No. 4 (36). Pp. 673–693.

17. Hujala A., Rissanen S. Organization aesthetics in nursing homes // *Journal of Nursing Management*. 2011. No. 4 (19). Pp. 439–448.

#### **Авторская справка**

ОЛЬХОВСКАЯ Юлия Анатольевна – аспирант, Институт этнологии и антропологии РАН, г. Москва, Россия. E-mail: justjuliag@mail.ru

Scientific article

UDC 725.56:316.3

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.68>

## ***POSSIBLE WAYS TO IMPROVE CARE PRACTICES IN NURSING HOMES IN THE RUSSIAN FEDERATION***

***Yu. A. Olkhovskaya***

*Institute of Ethnology and Anthropology of the Russian Academy of Sciences, Moscow (Russia)*

*Introduction.* This article examines the current aspects of life in a modern nursing home for single people after 55–60 years old who find themselves in difficult life situations that do not allow them to live independently without the care of others in their personal territory, in need of external help and care. The aim of the study was to develop ways to improve the practices of caring for people living in nursing homes at the level of identifying opportunities for their improvement.

*Methods.* The article uses axiological and socio-anthropological approaches and general scientific methods (analysis, synthesis).

*Results.* The conducted research made it possible to identify the components of improving and maintaining a high quality of life for a group of people living in nursing homes in the factors of consideration, both age-related and social indicators, which created the basis for determining barriers preventing high-level care in modern nursing homes, maintaining the line of prosperous life of people who use their services. The article presents ways to improve care practices at the state level in the factors of organizing a new type of nursing homes from the point of view of their improvement, which include components that improve both the physical and psycho-emotional well-being of older people, and enhance their social interaction with others, improving



the indicators of their personal self-esteem and other factors that maintain the level of their personal living in criteria close to the parameters of a prosperous life.

*Conclusion.* The identified opportunities for improving the organization of nursing homes made it possible to develop ways to improve care practices, creating conditions for maintaining the physical, psycho-emotional and social well-being of people living in them, reflecting the practical and theoretical significance of the study. The presented ways of improving care practices will also contribute to improving social opinion about nursing homes in society, raising the prestige and level of social protection of citizens of the country.

*Keywords:* nursing home, care practices, old age, care, social protection, single person, quality of life, support.

### References

1. Arstanbekova M. A. Dejatel'nost' social'nogo stacionarnogo uchrezhdenija dlja pozhilyh ljudej goroda Bishkek i sostojanie zdorov'ja ih podopechnyh [Activity of a social inpatient institution for the elderly in Bishkek and the state of health of their wards]. *Vestnik Kyrgyzsko-Rossijskogo Slavjanskogo Universiteta*, 2019, no. 5 (19), pp. 81–86. (In Russian).
2. Gudakova L. V., Kleshhevnikova A. I. Nравstvennost' i gumanizm v upravlenii [Morality and humanism in management]. *Nauchno-prakticheskij jelektronnyj zhurnal «Jekonomika i socium»*, 2016, no. 1 (20), pp. 1–5. (In Russian).
3. Barsukov V. N., Kalachikova O. N. Jevoljucija demograficheskogo i social'nogo konstruirovaniya vozrasta «starosti» [Evolution of demographic and social construction of the age of "old age"]. *Jekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz*, 2020, no. 13 (1), pp. 34–55. (In Russian).
4. Kozlova O. A., Sekicki-Pavlenko O. O. Teoreticheskie osnovanija opredelenija vozrastnyh granic i vozrastnoj struktury naselenija v kontekste demograficheskogo starenija [Theoretical justifications for the allocation of age groups and the age structure of the population in the context of demographic change]. *AlterEconomics*, 2022, no. 19 (3), pp. 442–463. (In Russian).
5. Pavlova N. S., Sergienko E. A. Sub#ektivnoe kachestvo zhizni, psihologicheskoe blagopoluchie, otnoshenie k vremennoj perspektive i vozrastu u pensionerov, vedushhih raznyj obraz zhizni [Subjective quality of life, psychological well-being, attitude to time perspective and age among pensioners leading different lifestyle]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Psihologija*, 2020, no. 4 (10), pp. 384–401. (In Russian).
6. Belkin M. M. Lekarstvo ot odinochestva [The cure for loneliness]. *Lechashhij vrach*, 2014, no. 9, pp. 84–85. (In Russian).
7. Vrublevskij A. N., Tkacheva O. N., Kashtanova D. A., Erema V. V., Ivanov M. V., Sutulova E. R., Larina V. N. Svjaz' social'no-jekonomicheskikh faktorov s sindromom starcheskoj astenii (hrupkosti) u dolgozhitelej [The relationship of socio-economic factors with senile asthenia syndrome (fragility) in centenarians]. *Lechebnoe delo*, 2022, no. 3–4, pp. 114–124. (In Russian).
8. Grinina O. V. Vozrast – osnovnaja koordinata issledovanij individual'nogo i obshhestvennogo zdorov'ja [Age is the main coordinate of research on individual and public health]. *Vestnik RUDN, serija medicina*, 2004, no. 2 (26), pp. 35–41. (In Russian).
9. Potehina I. P., Chizhov D. V. Potencial starshego pokolenija kak sostavljajushhaja nacional'nogo chelovecheskogo kapitala (po materialam issledovanija v regionah CFO) [The potential of the older generation as a component of national human capital (based on research materials in the regions of the Central Federal District)]. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye peremeny*, 2016, no. 2 (132), pp. 3–23. (In Russian).

10. Miljukov V. E., Zharikova T. S. Kriterii formirovaniya vozrastnyh grupp pacientov v medicinskih issledovaniyah [Criteria for the formation of age groups of patients in medical research]. *Klinicheskaja medicina*, 2015, no. 11, pp. 5–11. (In Russian).

11. Nikolaeva O. V. Pensionery v sovremennyh uslovijah: cennosti i social'noe samochuvstvie (na materialah konkretno-sociologicheskogo issledovaniya v g. Kazani) [Pensioners in modern conditions: values and social well-being (based on the materials of a concrete sociological study in Kazan)]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta*, 2010, no. 2, pp. 141–144. (In Russian).

12. Herr A., Nguyen T. V., Schmitz H. Public reporting and the quality of care of German nursing homes. *Health Policy*, 2016, no. 10 (120), pp. 1162–1170. (In English).

13. Gudakova L. V., Kilidzhan S. Problemy upravleniya i organizacii stacionarnoj formy social'nogo obsluzhivaniya pozhilyh ljudej [Problems of management and organization of stationary forms of social services for the elderly]. *Jekonomika i socium*, 2016, no. 12 (31), pp. 917–925. (In Russian).

14. Hitt L. M., Tambe P. Health care information technology, work organization, and nursing home performance. *Ilr Review*, 2016, no. 4 (69), pp. 834–859. (In English).

15. Castle N. G., Engberg J. Organizational characteristics associated with staff turnover in nursing homes. *The Gerontologist*, 2006, no. 1 (46), pp. 62–73. (In English).

16. Hamel K. Making nursing homes more community-oriented: insights from an exploratory study in Germany. *Ageing & Society*, 2016, no. 4 (36), pp. 673–693. (In English).

17. Hujala A., Rissanen S. Organization aesthetics in nursing homes. *Journal of Nursing Management*, 2011, no. 4 (19), pp. 439–448. (In English).

#### Author's Bio

OLKHOVSKAYA Yuliya – Post-Graduate Student, Institute of Ethnology and Anthropology RAS, Moscow, Russia. E-mail: justjuliag@mail.ru

#### Библиографическая ссылка

Ольховская Ю. А. Возможные пути улучшения практик заботы в домах престарелых в Российской Федерации // *SocioTime / Социальное время*. 2024. № 2 (38). С. 68–88. <https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.68>



Научная статья

УДК 316.347(470.62)

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.89>

## **РЕЛИГИОЗНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ДАГЕСТАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

**М. М. Шахбанова**

*Дагестанский федеральный исследовательский центр, г. Махачкала (Россия)*

*Введение.* Мощные процессы религиозного возрождения постсоветского периода ослабили позиции господствовавшей в советском обществе идеологии атеизма и атеистического мировоззрения. Эти разноректорные явления актуализировали изучение религиозности и религиозного поведения населения, ибо религиозное возрождение сопровождалось активизацией деятельности религиозного духовенства, появлением на канонических территориях миссионеров, проповедовавших иное вероучение, усилением позиций прозелитизма. Ключевую роль в данном процессе выполняло религиозное духовенство, стремившееся поставить под полный контроль социальную жизнь индивида. В статье анализируется религиозное поведение молодого поколения дагестанцев; концентрация внимания именно на этом аспекте обусловлена возросшим влиянием исламского фактора в современном дагестанском обществе, проникновением религиозного элемента практически во все социальные сферы, стремлением мусульманского религиозного института (Муфтията) влиять на общественно-политическую жизнь республики.

*Методы.* Анализ культовой практики молодого поколения дагестанцев осуществлен на основе результатов авторского социологического опроса, проведенного в 2023 году в городах и районах Республики Дагестан методом случайного отбора. Участниками опроса выступила молодежь в возрастном разрезе 15–35 лет.

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* Верификация эмпирического материала свидетельствует об активной религиозной практике молодого поколения дагестанцев, которое соблюдает обязательные для исполнения религиозные предписания, за исключением относительно слабых позиций в части выплаты религиозного налога (закята). Последнее объясняется тем, что в исламском учении есть разъяснения по процедуре выплаты закята: не все возрастные и социальные группы могут попасть в категорию обязанных его уплачивать. Однако имеет место ситуация, когда когорта, обязанная соблюдать один из постулатов исламского учения, под разными предлогами отказывается платить религиозный налог. Аналитика показывает, что тип религиозности не влияет на обозначение значимости исламских правил – как верующие, так и неверующие рассматривают их в качестве ключевых предписаний мусульманского учения, которым необходимо следовать. Включение в вопрос наряду с обязательными предписаниями вариантов ответов, акцентирующих внимание на моральном аспекте в поведении верующего, показывает, что в сравнении именно нравственный элемент больше востребован в общественном сознании самоидентифицирующихся как колеблющиеся, неверующие и убежденно неверующие. Исследование выявило несогласованность между типом религиозности и интенсивностью религиозного поведения и то, что на активную культовую практику не оказывают влияния социально-демографические параметры.

*Закключение.* Культовое поведение является индикатором измерения религиозности и обозначением человеком своего отношения к вероисповеданию. Исламское возрождение свидетельствует о вовлеченности широкого пласта населения в религиозные процессы. В

современном дагестанском обществе наблюдается интенсивная религиозная практика, причем особенно в этом усердствует молодое поколение. Активизации культового поведения способствуют деятельность представителей исламского духовенства, республиканского Муфтията, появление исламских СМИ (газет, журналов, телевидения), поощрение получения мусульманского образования, открытие крупных исламских учебных центров. Прогнозировать траекторию религиозного процесса в Дагестане сложно, но, видимо, в последующем позиции ислама будут только укрепляться при некотором ослаблении функций государства.

*Ключевые слова:* вероисповедание, дагестанская молодежь, культовая практика, ислам, исламские постулаты, религиозное поведение, религиозное учение, религиозная идентичность.

**Введение.** В настоящее время можно констатировать, что религия проникла во все социальные сферы, религиозной тематике уделяют внимание не только религиоведы, но и представители властных структур, средства массовой информации, поэтому «инвариантной характеристикой российского общества... является религиозный и культурный плюрализм, использование различными социальными общностями и политическими силами этнических и религиозных идентичностей как в качестве интегрирующих социальных механизмов, так и в качестве маркеров различия, чему способствует государственная политика поддержки культурного многообразия» [1, с. 114].

Исследователями религиозной проблематики отмечается активная деятельность священнослужителей в современном социальном пространстве, стремление духовных организаций влиять на значимые общественные сферы, соответственно, возникает вполне обоснованный вопрос: «Что это – ренессанс религиозного мировоззрения или нарастание клерикальных тенденций?», ибо «многим из людей старшего поколения, воспитанным в условиях советского атеизма, это представляется несколько непонятным и тревожным» [2, с. 135]. В связи с этим совершенно резонно утверждение, что если раньше верующие скрывали религиозные убеждения, то сейчас подверглись остракизму убежденные атеисты: «...при советской власти нельзя было признаться в том, что ты верующий, при нынешней – что атеист» [3, с. 97]. Даже поверхностный взгляд на «религиозность» показывает, что она – очень сложное по своей структуре, содержанию и смыслу явление, более того, каждый исследователь вкладывает в нее свое понимание, тем самым еще более усложняя ее изучение. В христианстве для измерения отношения человека к вероучению применяют термин «воцерковленность», подразумевающий «включенность православного верующего во все религиозные действия, обязательные для церковной жизни» [4, с. 139].

Ключевым признаком религиозности в данном контексте у современного человека является ее формирование в условиях меняющейся религии, которая становится все более «повседневной». Следовательно, небезосно-

вательна нацеленность современных исследований на анализ и установление причин преобразований в религиозной сфере: «"прежде всего, сама религия и ее институциональные формы, находясь под влиянием общественных трансформаций, качественно меняются", и другие социологи религии, принадлежащие к разным национальным социологическим школам, новые религиозные изменения пытаются осмыслить через призму преобразований самой религии. В условиях турбулентной современности религия становится все больше "поп-религией" (Х. Кноблаух), которую "актер может использовать" (П. Бурдьё) в определенных целях и контекстах, и играет больше "замещающую" роль (Г. Дэйви)» [5, с. 114].

По мнению Е. А. Кублицкой, «принцип необходимого сочетания показателей, характеризующих религиозное поведение индивида, при измерении степени религиозности остается неизменным. Однако традиционное культовое поведение (составная часть религиозного) претерпело множество изменений и в последние годы не всегда рассматривалось в качестве имманентной характеристики религиозности... Такой традиционный показатель религиозного поведения, как культовая активность, перестал быть его обязательным компонентом, поскольку участие в церковных праздниках и обрядах имеет в большинстве случаев нерелигиозную мотивацию. Культовое поведение следует рассматривать как обязательный показатель измерения уровня религиозности» [6, с. 97].

Выводы Е. А. Кублицкой разделяет В. Ф. Анурин с аргументацией, что «реальную приверженность к религии – религиозность – следует определять по характеру различных форм религиозного поведения человека», и индикаторами измерения культового поведения выступают: «1) молитва; 2) следование религиозным заповедям; 3) посещение религиозных служб в храме; 4) чтение священных книг; 5) причастие; 6) исповедь; 7) соблюдение установленных постов» [7, с. 139, 141].

Таким образом, в статье рассматривается религиозная практика как констатация религиозности на примере молодого поколения дагестанцев.

**Методы исследования.** Эмпирическое исследование по изучению религиозности и религиозного поведения дагестанской молодежи проведено в 2023 году методом случайного отбора. Место проведения опроса: гг. Махачкала, Дербент, Кизилюрт, Хасавюрт, а также Ботлихский, Дербентский, Казбековский, Кизлярский районы. Распределение по социально-демографическим параметрам: а) *пол*: мужчины – 249 чел. (48,8 %), женщины – 261 чел. (51,2 %); б) *возраст*: 15–17 лет – 144 чел. (28,3 %), 18–25 лет – 173 чел. (34,0 %), 26–35 лет – 193 чел. (41,7 %); в) *образование*: неполное среднее – 74 чел. (14,4 %), среднее – 107 (21,0 %), среднее специальное – 173 чел. (34,1 %), высшее – 156 чел. (30,5 %); г) *отношение к религии*: убежденно верующий – 198 чел. (38,8 %), верующий – 273 (53,5 %),

колеблющийся – 25 чел. (4,9 %), неверующий – 11 чел. (2,2 %), убежденно неверующий – 3 чел. (0,6 %). N=510.

**Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.** Если обратиться к истории изучения положения религии в российском обществе, то еще в социалистический период отечественные исследователи пытались найти наиболее приемлемый метод изучения религиозности населения, который позволил бы объективно охарактеризовать состояние их религиозного сознания и специфику религиозного поведения: «для измерения религиозности применялся показатель "участие в религиозных обрядах", который представляет собой сумму индикаторов, отражающих отдельные элементы культового поведения. Другой показатель религиозности – "вера в сверхъестественное" – суммируется из индикаторов, отражающих веру индивида в Бога и в отдельные положения теологической доктрины» [8, с. 50].

В Республике Дагестан, как и в других мусульманских российских регионах, в 90-е годы прошлого столетия началось интенсивное возрождение исламского учения и его внедрение в массовое сознание [9; 10]. О масштабах распространения ислама, начиная с постсоветского периода в дагестанском обществе, свидетельствуют статистические данные (табл. 1), указывающие на появление исламских учебных заведений разного уровня, причем мактабы начали функционировать при мечетях практически в каждом населенном пункте [11; 12; 13].

Таблица 1

**Число религиозных организаций в Республике Дагестан  
по состоянию на 1 января 2022 г. [14]**

| Религиозные организации     | В том числе по видам                           |                                 |                                     |                                          |                                              |                        |
|-----------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------|
|                             | Всего зарегистрировано религиозных организаций | Местные религиозные организации | Духовные образовательные учреждения | Централизованные религиозные организации | Монастыри и подворья, религиозные учреждения | Религиозные учреждения |
| Все религиозные организации | 2 801                                          | 3                               | 2 773                               | 24                                       | –                                            | 1                      |

Приведенный в таблице 1 статистический материал констатирует довольно большую представленность конфессиональных учреждений в республике. Вполне логичным является их активная работа по привлечению в лоно религии большой массы населения, как верующих, так и неверующих, осуществление проповедей, в которых ведется широкая разъяснительная

работа через призму вероучения, в данном контексте исламского, о поведении человека в официальной (политической, образовательной) и семейно-бытовой сферах.

Ранее было отмечено, что одним из критериев определения религиозности человека является его культовая практика. Возникает закономерный вопрос: *«Какое религиозное поведение свойственно дагестанской молодежи, какова его интенсивность?»*. Этот вопрос представляется приоритетным в нашем исследовании. При изучении религиозности применяют методологию Ф. Н. Ильясова, позволяющую выявить ее типы: 1) убежденно верующий; 2) верующий; 3) колеблющийся; 4) неверующий; 5) убежденно неверующий [15, с. 52].

Исходя из вышеприведенной типологии религиозности, естественным является соответствие между отношением человека к религии и его ритуальным поведением: если человек отождествляет себя как верующий, то какие религиозные, в данном контексте мусульманские, постулаты для него обязательны. Иными словами, *каких предписаний вероисповедания ему как верующему человеку необходимо придерживаться и какие соблюдать?* Исследователи истинно религиозным человеком считают того, кто обозначает свою веру в Бога (Аллаха) и строго следует ключевым постулатам вероучения, более того, в практической жизни ориентируется на положения, зафиксированные в Священном Писании, в данном случае речь идет о мусульманах, соответственно, в Коране. Если обратиться к эмпирическому материалу, то 38,6 % опрошенных считают себя убежденно верующими, 52,6 % – верующими, 5,3 % – колеблющимися, 2,4 % – неверующими и 0,6 % – убежденно неверующими.

На основе полученных материалов на вопрос *«Как часто Вы принимаете участие в религиозной деятельности?»* было установлено, что обозначенное опрошенной дагестанской молодежью отношение к религии не соответствует их культовой практике: в массовом сознании респондентов превалирует характерный колеблющимся тип религиозного поведения (по классификации Ф. Н. Ильясова – «иногда участвую в некоторых религиозных обрядах моей религии») – 34,4 %; при этом культовую практику, типичную верующим, демонстрируют 28,7 % респондентов, констатируя: «я всегда принимаю участие в главных религиозных обрядах моей религии»; 18,3 % – показывают религиозное поведение, свойственное убежденно верующим: «я всегда участвую во всех религиозных обрядах моей религии и привлекаю других людей»; 9,1 % – «я вообще не принимаю участия в религиозных обрядах моей религии», то есть являются неверующими.

*Какие постулаты культовой практики являются обязательными (фарз) для последователя ислама?* К ним относятся: 1) *шахада* – свидетельство веры в единого Аллаха; 2) *намаз* – ежедневная обязательная

молитва, совершаемая пять раз; 3) *пост* – воздержание от пищи, питья от рассвета до заката; 4) *закят* – обязательная благотворительность, предписанная людям, обладающим определенным достатком; 5) *хадж* – паломничество в Мекку.

В ходе исследования был задан вопрос: «*Как Вы думаете, что должен делать верующий человек?*», позволяющий выявить понимание респондентами культового поведения и знание его элементов. Полученный материал констатирует значимость 5-кратной ежедневной молитвы для подавляющей части опрошенных как по всему массиву (80,1 %), так и во всех анализируемых социально-демографических подмассивах. Однако имеют место отличия в процентных показателях: по гендерной принадлежности женщин больше (83,7 %), в сравнении с мужчинами (77,9 %); с возрастом уменьшается доля тех, кто подчеркивает важность одного из столпов ислама (молитвы), с 82,4 % в разрезе 15–17 лет до 71,9 % – 26–35 лет.

Анализ эмпирического материала через отношение к религии показывает, что для опрошенной дагестанской молодежи, причисленной к когорте колеблющихся (51,9 %), убежденно неверующих (33,3 %) и неверующих (16,7 %), несмотря на обозначение ими своего атеистического мировоззрения, совершение **5-кратного намаза** является важным ритуалом в поведении верующего человека; доля убежденно верующих и верующих составляет 88,8 % и 80,2 % соответственно. Вторую позицию по значимости занимает необходимость соблюдения **поста** (75,2 % по всему массиву). Так считают 86,2 % убежденно верующих, 72,8 % верующих, 51,9 % колеблющихся, 33,3 % убежденно неверующих и 16,7 % неверующих.

Третьим по результатам исследования стал постулат, который не является обязательным для мусульманина и не входит в структуру столпов ислама, – «не причинять неприятности другому человеку, следовать религиозным правилам поведения в быту и обществе». Данный тезис подразумевает **нравственную компоненту** в поведении человека. Респонденты обозначают его в качестве индикатора измерения культового поведения (62,6 % по всему массиву), что акцентирует внимание на моральном аспекте, тем более что на вопрос «*Кого Вы считаете истинно верующим человеком?*» суждения были даны статистически небольшой долей опрошенной дагестанской молодежи: «истинно верующим человеком может быть только нравственный человек» (7,7 %); «истинно верующим человеком можно считать нравственного человека, независимо от своего отношения к вере» (6,1 %); «нравственным человеком может быть только верующий человек» (2,2 %).

По мнению автора, молодежь, в силу отсутствия жизненного опыта и при наличии возрастного максимализма («или-или»), окружающее пространство оценивает больше критически, чем позитивно, поэтому логичным является неприятие, более того, проявление агрессии в отношении лиц, не при-



нимающих их убеждения и взгляды. Иными словами, недостатки и несправедливость, с которыми респонденты могут или уже столкнулись в своей жизни, особенно, если этот негатив исходит от человека, идентифицирующегося как верующий, способствуют обозначению ими значимости нравственного компонента как важного качества человека, позиционирующего себя последователем вероисповедания с активной религиозной практикой.

Довольно внушительное место занимает произнесение **шахады** (61,4 % опрошенных по всему массиву). Анализ по возрастному признаку показывает рост процентных показателей: с 56,5 % – в интервале 15–17 лет до 73,7 % – 26–35 лет. В разрезе отношения к религии важность данного правила, в сравнении с иными постулатами, ниже даже в подгруппе, самоидентифицирующихся как верующие (55,2 %); в подмассиве убежденно верующих, наоборот, существенно выше (77,0 %); и на фоне их выделяются подгруппы колеблющихся и убежденно неверующих, которые подчеркивают обязательность произнесения шахады верующим (одна треть).

**Паломничество** как важный индикатор в религиозном поведении и необходимость его совершения отмечена 57,7 % опрошенной дагестанской молодежи. Анализ по социально-демографическим признакам свидетельствует об увеличении процентных показателей с возрастом и повышением уровня образования респондентов: с 56,1 % – в интервале 15–17 лет до 66,7 % – в разрезе 26–35 лет; с 57,9 % – с базовым образованием до 62,5 % – имеющих высшее образование.

Далее, по мнению опрошенных, – выплата **религиозного налога**, которая называется «закят» и «сах» (закят аль-фитр), эту милостыню необходимо выплачивать нуждающимся мусульманам до наступления праздника Рамадан. Закят аль-фитр является в шариате обязательным деянием (ваджиб). Глава семьи выплачивает закат аль-фитр за всех членов своей семьи, включая детей, находящихся на его попечении. Он может отдать его целиком одному нуждающемуся мусульманину либо же распределить на несколько человек. Размер милостыни фитр на каждого члена семьи должен быть не менее 1 саа. Саа – это мера веса, равная 3 500 г (в ханафитском мазхабе), либо 1680 г (в остальных суннитских мазхабах). Лучше всего выплатить закат аль-фитр в виде продуктов, а не их денежным эквивалентом. Например, этими продуктами могут быть пшеница, ячмень, финики. Выполнение данного постулата имеет не меньшее значение и, согласно предписаниям, должно присутствовать в ритуальном поведении верующего человека.

Таким образом, можно утверждать, что все пять столпов ислама подчеркнуты большей частью опрошенной дагестанской молодежи, процентная разница по отдельно взятым индикаторам не свидетельствует об их меньшей востребованности или незначимости в сопоставлении с другими, то есть каждый из постулатов обязателен для мусульманина. Кроме того, 52,2 % опрошенных по всему массиву подчеркивают важность для верую-

щего человека *«быть нравственным и соблюдать законы религиозной морали»*. Дальнейший анализ показывает, что на выбор данной точки зрения огромное влияние оказывают возраст и образование респондентов, с их повышением доля таковых увеличивается: с 46,0 % – в когорте 15–17 лет до 68,4 % – 26–35 лет; с 43,7 % – с базовым средним образованием до 66,1 % – с высшим образованием. Результаты в разрезе отношения к религии отражают тот факт, что элемент нравственности востребован во всех подмассах: в сравнении их заметно больше в когорте колеблющихся, неверующих и убежденно неверующих – 63,0 %, 58,3 % и 66,7 % соответственно; в подгруппах убежденно верующих и верующих доля таковых заметно меньше – 53,1 % и 50,0 % соответственно.

Вместе с тем вариант ответа *«я не соблюдаю ни одно из предписаний религии, но считаю себя верующим человеком»* отмечен статистически небольшой частью по всему массиву (3,7 %), но имеются отличия внутри возрастных и образовательных подгрупп: выделяются респонденты в разрезе 26–35 лет (12,3 %) и имеющие высшее образование (21,4 %).

Анализ столпов ислама и их иерархия в массовом сознании молодого поколения дагестанцев предполагает выявление *регулярности следования обязательным предписаниям*, ибо позволяет измерить их культовую практику. Логичным в рамках изучения религиозности человека является характеристика его культового поведения, поэтому представляется необходимым провести: 1) классификацию опрошенного молодого поколения дагестанцев по типу религиозности; 2) анализ религиозной практики и регулярности отправления предписаний; 3) согласованность между обозначением отношения к религии и реальным религиозным поведением.

В авторском исследовании за основу анализа взяты обязательные (фарз) и желательные (суннат) исламские постулаты. Полученный материал показывает приоритет соблюдения поста в культовом поведении дагестанской молодежи (86,3 % по всему массиву). Обращает на себя внимание, что подгруппы колеблющихся (44,1 %) и неверующих (66,7 %), причем среди последних больше отметивших данный параметр, соблюдают пост. Исходя из мировоззренческой установки неверующих, предпочтение, отданное большей половиной респондентов из этой подгруппы соблюдению религиозного поста, вызывает сомнение, так как встречаются примеры, когда когорта неверующих постится, а верующие не соблюдают пост. Наблюдается заметная разница между убежденно верующими и верующими: среди последних меньше постящихся, по сравнению с первой подгруппой (94,9 % и 86,6 % соответственно).

Требование ислама к своим последователям строго придерживаться религиозных предписаний, на первый взгляд, кажется жестким, поэтому необходимо пояснить, что, например, в отношении поста имеются опреде-



ленные ограничения и послабления. Верующий, который по состоянию здоровья не может поститься, имеет право этого не делать и выплатить «штраф» за каждый пропущенный пост («муд»). Имеет место, когда человек, ассоциирующий себя как верующий, полностью игнорирует исламские предписания. Анализ по этнической принадлежности опрошенных свидетельствует, что соблюдающих религиозный пост (Ураза) больше в подгруппе аварцев (92,1 %) и заметно меньше в остальных подмассивах, в основном среди кумыков (74,5 %) и лакцев (75,0 %). Если по уровню образования явных отличий не наблюдается, то с возрастом число постящихся увеличивается с 84,7 % (15–17 лет) до 91,2 % (26–35 лет).

Следующее по значимости – совершение *ежедневной 5-кратной молитвы* (79,8 %), и здесь усердие заметно выше у респондентов в возрастном разрезе 26–35 лет (91,3 %) и убежденно верующих (93,9 %). Подмассив верующих демонстрирует высокие процентные показатели, но с учетом их отношения к религии позиция в части соблюдения одного из столпов мусульманского вероучения выглядит слабее (79,5 %). Если обратиться к одному из положений концепции Ф. Н. Ильясова (всегда принимает участие в главных религиозных обрядах своей религии), где определяется поведение верующего, то можно утверждать, что одна шестая часть опрошенных в данной подгруппе пренебрегает совершением молитвы. В национальном срезе выделяются аварцы (89,1 %) и чеченцы (80,0 %), подавляющая часть которых совершает ежедневную 5-кратную молитву. По сравнению с ними, в других подмассивах доля таковых существенно меньше: при сопоставлении среди не совершающих одно из важнейших требований ислама можно выделить лакцев (одна вторая часть), даргинцев и лезгин (каждый четвертый), меньше их в аварской подгруппе (менее 5 %). С возрастом увеличивается доля регулярно молящихся с 78,4 % в интервале 15–17 лет до 91,3 % – 26–35 лет. Неоднократно было отмечено отсутствие влияния образовательного статуса респондента на, во-первых, религиозность, во-вторых, культовое поведение человека: ежедневно 5-кратный намаз совершают как имеющие базовое среднее образование (82,5 %), так и опрошенные со средним специальным (83,5 %) и высшим (83,9 %) образованием.

Дальнейшие результаты опроса показывают, что, в сравнении с другими мусульманскими обязательными для соблюдения предписаниями, значимость *религиозного налога* (выплата закята) заметно меньше, его выплачивает одна пятая часть по всему массиву при доминировании суждения «я не выплачиваю закят, потому что нахожусь на попечении родителей» (51,7 %). Анализ по возрастному параметру констатирует, что респонденты в данном случае лукавят, так как массив опроса состоит из когорты, обязанной выплачивать закят. Можно предположить, что опрошенные в не-

полной мере осознают важность данного постулата, имеет место некоторая «безответственность», кроме того, существуют определенные нюансы при выплате налога.

В *пятничном намазе* (рузмане) участие принимает подавляющая часть мужчин (68,1 %), но каждый пятый его не посещает; отличие наблюдается даже в поведении убежденно верующих и верующих, где процентные показатели также отличаются: в первой группе 55,1 % респондентов участвуют в коллективном намазе, во второй – 38,1 %. Пятничный намаз является желательным, но не обязательным ритуальным действием для мусульманина, следовательно, здесь нареканий быть не может.

Таким образом, анализ культового поведения дагестанской молодежи констатирует, что она соблюдает обязательные для исполнения религиозные предписания, за исключением относительно слабых позиций в части выплаты религиозного налога. Последнее объясняется тем, что в исламском учении есть разъяснения по процедуре выплаты закята, где говорится, что не все возрастные и социальные группы могут попасть в категорию лиц, обязанных его уплачивать. Однако есть и такие, кто обязан платить религиозный налог, но под разными предлогами игнорирует данный исламский постулат.

Собранный эмпирический материал позволил получить информацию о религиозной практике опрошенных, а для полноты картины были сопоставлены вопросы об обязанностях верующего и его реальном ритуальном поведении (табл. 2).

Таблица 2

**Распределение ответов на вопросы  
«Как Вы думаете, что должен делать верующий человек?»,  
«Какие культовые практики Вы соблюдаете?» (%)**

| Варианты ответов                     | Вы ходите на пятничный намаз? |     | Вы молитесь? |     | Вы соблюдаете пост? |     | Вы выплачиваете религиозный налог (закят)? |      |                                                                   |
|--------------------------------------|-------------------------------|-----|--------------|-----|---------------------|-----|--------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|
|                                      | Да                            | Нет | Да           | Нет | Да                  | Нет | Да                                         | Нет  | Я не выплачиваю закят, потому что нахожусь на попечении родителей |
| Соблюдаю пост (Ураза)                | –                             | –   | –            | –   | 92,7                | 2,9 | –                                          | –    | –                                                                 |
| Совершаю намаз                       | –                             | –   | 87,8         | 8,1 | –                   | –   | –                                          | –    | –                                                                 |
| Выплачиваю религиозный налог (закят) | –                             | –   | –            | –   | –                   | –   | 23,8                                       | 13,2 | 55,2                                                              |

Таблица сопряженности показывает, что подавляющая часть респондентов, подчеркнувшая обязательность ряда культовых ритуалов, их строго соблюдает, хотя ответы на вопрос «Как часто Вы принимаете участие в религиозной деятельности?» подтверждают религиозное поведение, свойственное когорте, которая по типу религиозности относится к «колеблющимся».

***Чем обусловлен крен религиозного поведения опрошенной дагестанской молодежи в модель культовой практики, присущей колеблющимся?*** Автор в полной мере разделяет объяснение противоречивого религиозного поведения, которое дал З. М. Абдулагатов: «Отклонение религиозного поведения от "чистых" типов может происходить по различным причинам социального и не социального характера. Одной из социальных причин является то, что ряд респондентов воспринимает религиозные обряды как национальные традиции, религиозные нормы поведения – как составляющие национальной этики. В отдельных обязательных случаях просто нет иного, ставшего традицией, обряда, который мог бы успешно заменить религиозный. В особенности это касается похорон. Более того, некоторые устоявшиеся традиции светских форм бракосочетания (свадьбы) заменяются религиозным обрядом – мавлид. Синкретичность национального и религиозного – явление объективное, хотя их нерасчлененность носит относительный характер» [16, с. 16].

***Как в реальности молодое поколение дагестанцев рассматривает религиозные ритуалы?*** С целью установления восприятия человеком ряда конфессиональных предписаний в анкету авторского исследования был включен вопрос, позволяющий выявить отношение дагестанской молодежи к обрядовой стороне, когда имеет место отождествление национальных и исламских обрядов (см. табл. 3).

Проанализировав полученный социологический материал, можно констатировать превалирование в общественном сознании респондентов точки зрения, рассматривающей некоторые исламские ритуалы «исключительно как религиозные обряды, касающиеся верующих» (одна вторая часть по всему массиву опрошенных). С возрастом увеличивается доля тех, кто характеризует исламские обряды, главным образом, как демонстрацию элементов вероучения, с 47,5 % – в интервале 15–17 лет до 54,4 % – в когорте 26–35 лет; подгруппы колеблющихся, неверующих и убежденно неверующих исходят из восприятия мусульманских обрядов исключительно как религиозных ритуалов, следовательно, их соблюдение обязательно для

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос  
«Как Вы считаете, мусульманские обряды бракосочетания,  
похорон, суннат, имянаречения – это...» (%)**

| Варианты ответов           | Исключительно религиозные обряды, касающиеся верующих | Национальные традиции, религиозные лишь по форме, а потому касаются всех | Затрудняюсь ответить |
|----------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Пол</b>                 |                                                       |                                                                          |                      |
| Мужской                    | 52,4                                                  | 17,9                                                                     | 20,8                 |
| Женский                    | 45,8                                                  | 20,7                                                                     | 22,7                 |
| <b>Возраст</b>             |                                                       |                                                                          |                      |
| 15–17 лет                  | 47,5                                                  | 21,6                                                                     | 21,2                 |
| 18–25 лет                  | 52,4                                                  | 14,7                                                                     | 25,3                 |
| 26–35 лет                  | 54,4                                                  | 17,5                                                                     | 14,0                 |
| <b>Образование</b>         |                                                       |                                                                          |                      |
| Базовое среднее            | 51,9                                                  | 18,6                                                                     | 17,5                 |
| Среднее                    | 48,1                                                  | 18,7                                                                     | 27,3                 |
| Среднее специальное        | 54,4                                                  | 19,0                                                                     | 19,0                 |
| Высшее                     | 46,4                                                  | 19,6                                                                     | 19,6                 |
| <b>Отношение к религии</b> |                                                       |                                                                          |                      |
| Убежденно верующий         | 54,6/54,8                                             | 16,8/37,6                                                                | 17,3/7,6             |
| Верующий                   | 47,8/34,4                                             | 20,1/50,9                                                                | 23,1/10,7            |
| Колеблющийся               | 37,0/9,3                                              | 25,9 /62,8                                                               | 33,3/17,9            |
| Неверующий                 | 33,3/0                                                | 16,7/52,4                                                                | 33,3/42,9            |
| Убежденно неверующий       | 33,3/0                                                | 33,3/66,7                                                                | 33,3/33,3            |
| <b>Национальность</b>      |                                                       |                                                                          |                      |
| Аварцы                     | 50,8                                                  | 21,1                                                                     | 18,4                 |
| Даргинцы                   | 44,3                                                  | 21,3                                                                     | 23,0                 |
| Кумыки                     | 56,4                                                  | 14,5                                                                     | 18,2                 |
| Лезгины                    | 46,5                                                  | 16,3                                                                     | 30,2                 |
| Лакцы                      | 50,0                                                  | 29,2                                                                     | 16,7                 |
| Чеченцы                    | 45,0                                                  | 15,0                                                                     | 30,0                 |
| Другая                     | 47,4                                                  | 7,9                                                                      | 34,2                 |
| <b>Всего</b>               | <b>49,8/32,4</b>                                      | <b>19,0/50,7</b>                                                         | <b>21,6/16,9</b>     |

*Примечание.* В графе «Всего» вторая цифра – из опроса З. М. Абдулагатова [17].

последователя ислама. Вместе с тем в 2,5 раза меньше респондентов, рассматривающих распространенные в бытовой сфере исламские обряды (бракосочетание, похороны, суннат, имянаречение) как «национальные традиции, религиозные лишь по форме, а потому, касающиеся всех» (одна пятая часть по всему массиву).

Анализ по социально-демографическим признакам свидетельствует о наличии различия по гендерной принадлежности: с возрастом уменьшается доля таковых с 21,6 % в разрезе 15–17 лет до 14,7 % в интервале 18–25 лет. Через отношение опрошенных к религии во всех подмассивах прослеживается обозначение исламских обрядов бракосочетания, похорон, суннат, имянаречения как национальных традиций, которые только по форме являются «религиозными, потому касаются всех»; внутригрупповое сопоставление показывает превалирование процентных параметров в подмассивах колеблющихся (одна четвертая часть) и убежденно неверующих (одна треть) при снижении таковых среди убежденно верующих и неверующих (каждый шестой), а также в когорте верующих (одна пятая часть). Затруднилась выразить свою позицию одна пятая часть опрошенных по всему массиву, среди них: каждый третий в подгруппах убежденно неверующих, неверующих, колеблющихся; одна четвертая часть – в подмассиве верующих; каждый шестой – среди убежденно верующих.

В авторском опросе продублирован вопрос из исследования З. М. Абдулагатова, и в итоге сравнение материала показывает изменение позиций: авторские данные свидетельствуют об укреплении в общественном сознании носителей ислама установки на восприятие мусульманских обрядов бракосочетания, похорон, суннат, имянаречения как религиозных ритуалов при заметном ослаблении веса суждения «национальные традиции, религиозные лишь по форме, а потому касаются всех». Иными словами, повышение веса исламского фактора в современном дагестанском обществе способствует приданию религиозного оттенка ритуалам, которые ранее таковыми не являлись.

В рамках исследования религиозности и культового поведения возникает вопрос о взаимосвязи религиозной идентичности (сопричастность единоверцам), личной самоидентификации (последователь ислама) и религиозного поведения. То есть суть проблемы заключается в установлении, во-первых, степени воздействия идентичности на религиозную практику, и,

во-вторых, влияния культового поведения на формирование религиозной идентичности и религиозности (табл. 4).

Таблица 4

**Распределение ответов на вопросы  
«С кем Вы в наибольшей степени испытываете чувство общности?»,  
«К какой религии Вы себя относите?»**

| Варианты ответов                                                       | Вы ходите на пятничный намаз? |      | Вы молитесь? |      | Вы соблюдаете пост? |      | Вы выплачиваете религиозный налог (закят)? |      |                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------|--------------|------|---------------------|------|--------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------|
|                                                                        | Да                            | Нет  | Да           | Нет  | Да                  | Нет  | Да                                         | Нет  | Я не выплачиваю закят, потому что нахожусь на попечении родителей |
| <b>С кем Вы в наибольшей степени испытываете чувство общности? (%)</b> |                               |      |              |      |                     |      |                                            |      |                                                                   |
| С людьми моей религии                                                  | 51,5                          | 11,5 | 90,3         | 3,6  | 92,7                | 0,6  | 24,8                                       | 12,1 | 55,2                                                              |
| <b>К какой религии Вы себя относите? (%)</b>                           |                               |      |              |      |                     |      |                                            |      |                                                                   |
| К Исламу                                                               | 44,1                          | 15,6 | 83,1         | 10,8 | 88,6                | 4,9  | 21,7                                       | 13,9 | 54,0                                                              |
| Я себя ни к какой религии не отношу, я атеист                          | 10,5                          | 31,6 | 15,8         | 73,7 | 47,4                | 42,1 | 5,3                                        | 63,2 | 26,3                                                              |

Полученный материал свидетельствует о мощном воздействии фактора принадлежности к конфессии на культовое поведение респондентов: подмассив, подчеркивающий личную религиозную принадлежность и общность с единоверцами, демонстрирует активное религиозное поведение; в противоположность подгруппа, игнорирующая свою конфессиональную принадлежность, естественно, не придерживается исламских поведенческих предписаний, следовательно, не соблюдает их, хотя есть когорта совершающих намаз, постящихся и выплачивающих закят.

**Заключение.** Открытость обсуждения культовой мотивации индивида, активизация религиозного поведения, усиление значимости конфессионального компонента в современном обществе, а также другие не менее важные факторы являются питательной почвой для формирования религиозной идентичности, повышают ориентацию человека на самоидентификацию как представителя конкретной этноконфессиональной общности.

Культовая практика дагестанской молодежи выглядит следующим образом: подавляющая часть респондентов совершает 5-кратную

ежедневную молитву и постится, причем можно отметить процентное отличие между двумя обязательными предписаниями. Чуть больше половины опрошенных не выплачивают религиозный налог, мотивируя это тем, что находятся на попечении родителей. Эмпирика по отношению к религии свидетельствует: в когорте убежденно верующих и верующих встречаются не молящиеся и не постящиеся, причем одна восьмая часть верующих не соблюдает намаз. Оживлению культовой практики дагестанского населения, независимо от социально-демографических признаков, способствовали активная агитационная деятельность исламского духовенства, открытие множества религиозных учебных заведений, в которых наряду со светским подрастающее поколение получает и религиозное образование.

К сожалению, исламский образовательный процесс полностью подчиняется Муфтияту Дагестана, отсутствует контроль за его осуществлением, непонятно, по каким программам устроено получение мусульманского образования (речь идет о примечетских школах). Не допускается критическое отношение к исламскому духовенству, его деятельности, выражение мнения, не соответствующего представителям дагестанского Муфтията, подвергается откровенной травле и остракизму. В этой связи широкое празднование религиозных исламских праздников, активное участие в этом процессе руководства республики, формирование в общественном сознании дагестанского населения приоритета статуса муфтия, массовые собрания и контингент принимающих в этом участие, позволяют прогнозировать негативный сценарий развития религиозной сферы в Дагестане.

#### *Список литературы*

1. Богатова О. А. Религиозная идентичность и религиозные практики в Мордовии // Социологические исследования. 2011. № 8. С. 114–122.
2. Анури В. Ф. Религия как фактор социальной интеграции // Социологические исследования. 2013. № 1. С. 135–146.
3. Кублицкая Е. А. Особенности религиозности в современной России // Социологические исследования. 2009. № 4. С. 96–107.
4. Смирнов М. Ю. Религиозная социология и социология религии // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 136–142.
5. Каргина И. Г. Ключевые тренды в изучении современных проявлений религиозности // Социологические исследования. 2013. № 6. С. 108–114.
6. Кублицкая Е. А. Традиционная и нетрадиционная религиозность: опыт социологического изучения // Социологические исследования. 1990. № 5. С. 95–103.
7. Анури В. Ф. Религия как фактор социальной интеграции // Социологические исследования. 2013. № 1. С. 135–146.
8. Ильясов Ф. Н. Религиозное сознание и поведение // Социологические исследования. 1987. № 3. С. 50–55.
9. Абдулагатов З. М. Влияние зарубежного исламского образования на конфессиональное сознание мусульман Дагестана // Исламоведение. 2014. № 3. С. 78–88.



10. Абдулагатов З. М. Дагестанец в исламском образовательном процессе [Монография]. Махачкала: ИИАЭ ДНЦ РАН, АЛЕФ, 2016. 310 с.

11. Рамазанов Р. О. Примечетская школа в современном дагестанском обществе: по материалам социологического исследования // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 1. С. 248–254.

12. Рамазанов Р. О. Мусульманское образование в Северо-Кавказском регионе в новейшей истории России: состояние и тенденции (на примере Дагестана) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. Серия: Исторические науки, культурология. Политические науки. 2020. № 1-2. С. 18–24.

13. Рамазанов Р. О. Теологическое образование в современном российском обществе: состояние и проблемы (на примере примечетской школы) // Историческая и социально-образовательная мысль. 2021. Т. 13, № 1. С. 52–69.

14. URL: <https://dagstat.gks.ru> (дата обращения: 07.03.2023).

15. Ильясов Ф. Н. Религиозное сознание и поведение // Социологические исследования. 1987. № 3. С. 50–55.

16. Абдулагатов З. М. Конфессиональное самосознание дагестанского верующего-мусульманина // Дагестанский социологический сборник – 2005. Махачкала: АЛЕФ, 2005. С. 9–20.

17. Абдулагатов З. М. Там же.

#### **Авторская справка**

ШАХБАНОВА Мадина Магомедкамиловна – доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник, Дагестанский федеральный исследовательский центр, г. Махачкала, Россия. E-mail: [madina2405@mail.ru](mailto:madina2405@mail.ru)

Scientific article

UDC 316.347(470.62)

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.89>

## ***RELIGIOUS BEHAVIOR OF DAGESTAN YOUTH***

***M. M. Shakhbanova***

*Dagestan Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Makhachkala (Russia)*

*Introduction.* The powerful processes of religious revival of the post-Soviet period weakened the position of the ideology of atheism and atheistic worldview that prevailed in Soviet society. These multi-vector phenomena actualized the study of religiosity and religious behavior of the population, because the religious revival was accompanied by the intensification of the activities of religious clergy, the appearance of missionaries in canonical territories who preached a different creed, and the strengthening of the positions of proselytism. The key role in this process was played by the religious clergy, who sought to put the individual's social life under full control. The article analyzes the religious behavior of the younger generation of Dagestanis; the concentration of attention on this aspect is due to the increased influence of the Islamic factor in modern Dagestani society, the penetration of the religious element into almost all social spheres,

the desire of the Muslim religious institute (Muftiat) to influence the socio-political life of the republic.

*Methods.* The analysis of the cult practice of the younger generation of Dagestanis was carried out on the basis of the results of an author's sociological survey conducted in 2023 in cities and districts of the Republic of Dagestan by random selection. The survey participants were young people aged 15–35 years.

*Results.* Verification of empirical material testifies to the active religious practice of the younger generation of Dagestanis, who comply with mandatory religious regulations, with the exception of relatively weak positions regarding the payment of religious tax (zakat). The latter is explained by the fact that in Islamic teaching there are explanations on the procedure for paying zakat, not all age and social groups can fall into the category of those who are obliged to pay it. However, there is a situation when a cohort, obliged to observe one of the tenets of Islamic teaching, refuses to pay a religious tax under various pretexts. The analysis shows that the type of religiosity does not affect the designation of the significance of Islamic rules – both believers and non-believers consider them as key prescriptions of Muslim teaching that must be followed. The inclusion in the question, along with mandatory prescriptions, of answer options focusing on the moral aspect in the behavior of a believer shows that it is the moral element, in comparison, that is more in demand in the public consciousness of self-identifying as hesitant, unbelievers and convinced unbelievers. The study revealed an inconsistency between the type of religiosity and the intensity of religious behavior, active cult practice is not influenced by socio-demographic parameters.

*Conclusion.* Cult behavior is an indicator of the measurement of religiosity and the designation of a person's attitude to religion. The Islamic renaissance testifies to the involvement of a wide stratum of the population in religious processes, and intensive religious practice is observed in modern Dagestan society, and the younger generation is especially zealous in this. The activity of representatives of the Islamic clergy, the Republican Muftiate, the emergence of Islamic media (newspapers, magazines, television), the promotion of Muslim education, and the opening of large Islamic educational centers contribute to the activation of cult behavior. It is difficult to predict the trajectory of the religious process in Dagestan, but, apparently, in the future, the position of Islam will only strengthen with some weakening of the functions of the state.

*Keywords:* religion, Dagestan youth, cult practice, Islam, Islamic postulates, religious behavior, religious teaching, religious identity.

## References

1. Bogatova O. A. *Religioznaja identichnost' i religioznye praktiki v Mordovii* [Religious identity and religious practices in Mordovia]. Sociologicheskie issledovaniya, 2011, no. 8, pp. 114–122. (In Russ.).
2. Anurin V. F. *Religija kak faktor social'noj integracii* [Religion as a factor of social integration]. Sociologicheskie issledovaniya, 2013, no. 1, pp. 135–146. (In Russ.).
3. Kublickaja E. A. *Osobennosti religioznosti v sovremennoj Rossii* [Features of religiosity in modern Russia]. Sociologicheskie issledovaniya, 2009, no. 4, pp. 96–107. (In Russ.).
4. Smirnov M. Ju. *Religioznaja sociologija i sociologija religii* [Religious Sociology and sociology of religion]. Sociologicheskie issledovaniya, 2014, no. 8, pp. 136–142. (In Russ.).
5. Kargina I. G. *Kljuchevye trendy v izuchenii sovremennyh pojavlenij religioznosti* [Key trends in the study of modern manifestations of religiosity]. Sociologicheskie issledovaniya, 2013, no. 6, pp. 108–114. (In Russ.).
6. Kublickaja E. A. *Tradicionnaja i netradicionnaja religioznost': opyt sociologicheskogo izuchenija* [Traditional and non-traditional religiosity: the experience of sociological study]. Sociologicheskie issledovaniya, 1990, no. 5, pp. 95–103. (In Russ.).

7. Anurin V. F. *Religija kak faktor social'noj integracii* [Religion as a factor of social integration]. Sociologicheskie issledovanija, 2013, no. 1, pp. 135–146. (In Russ.).
8. Il'jasov F. N. *Religioznoe soznanie i povedenie* [Religious consciousness and behavior]. Sociologicheskie issledovanija, 1987, no. 3, pp. 50–55. (In Russ.).
9. Abdulagatov Z. M. *Vlijanie zarubezhnogo islamskogo obrazovanija na konfessional'noe soznanie musul'man Dagestana* [The influence of foreign Islamic education on the confessional consciousness of Muslims in Dagestan]. Islamovedenie, 2014, no. 3, pp. 78–88. (In Russ.).
10. Abdulagatov Z. M. *Dagestanec v islamskom obrazovatel'nom processe* [Dagestani in the Islamic educational process]. Mahachkala, IIAJe DNC RAN, ALEF, 2016, 310 p. (In Russ.).
11. Ramazanov R. O. *Primechetskaja shkola v sovremennom dagestanskom obshhestve: po materialam sociologicheskogo issledovanija* [The Tibetan school in modern Dagestan society: based on the materials of a sociological study]. Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski, 2021, no. 1, pp. 248–254. (In Russ.).
12. Ramazanov R. O. *Musul'manskoe obrazovanie v Severo-Kavkazskom regione v novejshej istorii Rossii: sostojanie i tendencii (na primere Dagestana)* [Muslim education in the North Caucasus region in the modern History of Russia: the state and trends (on the example of Dagestan)]. Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki. Serija istoricheskie nauki, kul'turologija. Politicheskie nauki, 2020, no. 1-2, pp. 18–24. (In Russ.).
13. Ramazanov R. O. *Teologicheskoe obrazovanie v sovremennom rossijskom obshhestve: sostojanie i problemy (na primere primechetskoj shkoly)* [Theological education in modern Russian Society: the state and problems (using the example of the Tibetan school)]. Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl', 2021, vol. 13, no. 1, pp. 52–69. (In Russ.).
14. Available at: dagstat.gks.ru (accessed 07.03.2023).
15. Il'jasov F. N. *Religioznoe soznanie i povedenie* [Religious consciousness and behavior]. Sociologicheskie issledovanija, 1987, no. 3, pp. 50–55. (In Russ.).
16. Abdulagatov Z. M. *Konfessional'noe samosoznanie dagestanskogo verujushhego musul'manina* [The confessional identity of the Dagestani Muslim believer]. Dagestanskij sociologicheskij sbornik – 2005. Mahachkala, ALEF, 2005, pp. 9–20. (In Russ.).
17. Abdulagatov Z. M. There. (In Russ.).

#### Author's Bio

SHAKHBANOVA Madina Magomedkamilovna – Doctor of Sociological Sciences, Leading Researcher, Dagestan Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Makhachkala, Russia. E-mail: madina2405@mail.ru

#### Библиографическая ссылка

Шахбанова М. М. Религиозное поведение дагестанской молодежи // SocioTime / Социальное время. 2024. № 2 (38). С. 89–106. <https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.89>

Scientific article

UDC 316.4

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.107>

## ***THE GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND THEIR CONTRIBUTION TO SLOVAKIA FROM THE POINT OF VIEW OF GLOBALIZATION***

***M. Švedová****Department of Tourism and Hotel Management, Faculty of Management and Business  
University of Prešov in Prešov, Slovakia*

*Introduction.* The Sustainable Development Goals are firmly enshrined in European treaties, important projects and policies. Inclusive economic growth is necessary for the benefit of the entire population and future generations. Education is a key tool for achieving sustainable development and supporting the economic growth of society. The article identifies the goals of sustainable development in terms of quality education, labor and economic growth and their contribution to Slovakia in terms of globalization.

*Methods.* The data are analysed mainly from the databases of the Statistical Office of the European Union with an emphasis on the Sustainable Development Goals in the 2030 Agenda. The relevant literature from domestic and foreign sources has been collected and studied. The study of the topic and the analysis of theoretical knowledge were carried out with an emphasis on globalization and international organizations. The data from the Eurostat website were processed and graphically interpreted, five goals were selected and a comparison of the selected indicators was carried out.

*Results.* The results of the study show that Slovakia, as a small European country, has its weaknesses, but there are also strengths. The purpose of the article is to compare Slovakia with Denmark as one of the developed countries in Europe, with an emphasis on the three selected goals. Due to the complexity of the topic, the study also focused on comparing Slovakia with another advanced country of the European Union (i.e. Denmark) according to the selected goals.

*Conclusion.* The 2030 Agenda inspires us to think creatively and use innovative approaches to critically review our approach to the challenges of today's development. Advocacy and awareness-raising are crucial to mobilize support for the achievable and achievable goals of the Agenda. However, awareness-raising and advocacy alone are not enough to bring about lasting change. In-depth knowledge of the breadth and depth of the Agenda will be key to achieving the Sustainable Development Goals.

*Keywords:* Goals of sustainable development, Agenda 2030, Globalization, Slovakia.

**Introduction.** We live in a society that is progressing and changing every day. There are those among people who do not care about relationships with people or with the environment and destroy everything around them recklessly. But there are also those who are the opposite and strive for a good quality of life in the environment in which we live. It is these people who are leading our society forward in a good way, and we hope there will be more and more of them. It is a worldwide trend that we need to preserve. The Sustainable Development Goals (SDGs) set out in the 2030 Agenda (Figure 1), otherwise known as the Global

Goals, are a set of targets within the universal agreement to end poverty, protect everything that makes the planet habitable, and ensure that all people enjoy peace and prosperity, now and in the future [18].

Today, humanity faces major environmental, social and economic challenges globally. In order to address these global challenges at an international level and create a more sustainable and better future for all, the United Nations adopted 17 Sustainable Development Goals (SDGs) in 2015 [3; 13].

Each of the goals has indicators that are used to measure progress towards the goals [21]. The goals do not stand alone, rather they interact with each other and are closely interlinked. Each goal addresses environmental, social and economic issues [7]. Peace, diplomacy, and international cooperation are essential conditions for the world to make progress towards the SDGs by 2030 and beyond [3]. Global cooperation and commitment to the core principles of sustainable development – social inclusion, clean energy, responsible consumption, and universal access to public services – are needed more than ever to respond to the major challenges of our time, including security crises, pandemics and climate change [1]. Despite these difficult times, the SDGs should remain the roadmap for achieving sustainable development to 2030 and beyond.

Globalization is currently considered a key factor in the further development of the world economy. At the same time, it provokes significant discussions in theoretical circles, in government circles, as well as in the whole society" [1]. Globalization can be defined as a complex system of worldwide interconnection of various systems and the development of economic relations. It is a long-term historical process that Europe already supported in the past by providing its scientific and technical knowledge to the world and an idea of society [1; 9]. Humanity has already established relationships in past centuries due to the search for new opportunities, exchange of goods and ideas. The main reason for globalization was mainly trade in goods. Today, we associate it more with knowledge [5; 22].



Figure 1. UN Graphical Illustration of the 17 SDGsA.  
Source: [www.sd-commission.org.uk](http://www.sd-commission.org.uk) (2020)

### **Economy and globalization**

Political and technological developments in the last few decades have accelerated the growth of cross-border trade, investment, and migration to such an extent that many observers believe that the world has entered a qualitatively new phase of its economic development. For example, since 1950, world trade has increased 20-fold, and from 1997 to 1999, foreign investment flows nearly doubled, from \$468 billion to \$827 billion [1; 4; 23].

Globalization has not yet softened the contrast between rich and poor countries. The principle of a global and liberal market cannot ensure the even and fair development of countries' economies. Rich nations tend to benefit, very poor ones tend to lag behind [11].

The main characteristics of economic globalization [2]:

- a) world connection;
- b) increase in growth pressure;
- c) economic, cultural homogenization, consumer society;
- d) economic polarization, increasing income differences;
- e) concentration of economic and political power outside the democratically controlled sphere;
- f) increase in overpopulation;
- g) increasing environmental and social problems;
- h) violation of civil rights;
- i) development and acceleration of information and communication technologies.

Globalization is mainly associated with the economic sphere. However, according to [21], several other phenomena can relate to globalization, either directly or indirectly. These phenomena are either a product or one of the dimensions that globalization causes.

### **Culture and globalization**

"Culture represents the accumulated, generationally transmitted and adapted results of human activity, experiences, knowledge, attitudes, opinions, explanations, ideas, desires, visions, successes, but also failures, sins and missteps and mistakes of previous generations. A sort of biography of society and its culture, global or local, the most valuable, characterizing and constituting, we call the term cultural heritage" [5; 15].

The cultural globalization of the last half century brought significant new qualitative and quantitative features. The author Held [8] argue that despite the complexity of cultural interactions over the last three thousand years, images, symbols, the flow of thought, the current range of our ways of communication are completely unique and unprecedented. Current cultural globalization in the light of countless trends and new features is different from its predecessor. Firstly, we can mention the new infrastructure (e.g. radio stations) and new cultural products (e.g. films) created as a result of technological developments. Cultural

interactions are no longer limited to borders and cross-cultural relations are expanding unsustainably.

Modern technologies offer new opportunities to solve many problems in various areas of life. Expectations focus primarily on the positive effects of technology and less on potentially negative ones. Synthetic biology, for example, can contribute to the production of new energy carriers. At the same time, it enables the creation of completely new living organisms, which can lead to a risky intervention in the already existing order of nature. Regulation is challenging because, in addition to expected effects, there are many unforeseen opportunities in new technologies. In the application of artificial intelligence, an extremely serious problem arises that technological development cannot become independent of social control [17].

Cultural globalization today is inseparable from other areas of globalization. For example, common aspects characteristic of post-Fordism, such as the expansion of services, increased flexibility, or the feminization of the workforce, involve cultural transformation to the extent that, according to Stuart Hall, if post-Fordism exists, it is a cultural rather than an economic change. Computer science, music and the film industry testify that the world of material goods and technologies is rich in signs of cultural globalization [10].

### **Religion**

The Church strives to maintain its independence from the globalization movement, on the other hand, it must adapt to the conditions of globalization in order to be comprehensible for today's people. Recently, various subcultures have been created where people are divided according to social status, interests, or profession. There are various slums in big cities where people struggle to survive every day. The cultural awareness of young people is changing, especially in big cities. The church must adapt its missionary model to such changed conditions [11].

The author Halík [4] states the following theses:

A) one of the characteristic global phenomena is the reprivatization and depoliticization of religion – the worldwide massive return of religion to public and political life.

B) the process of globalization causes changes in the social roles of religion – it leads to religious pluralism, new forms of traditional religions are formed in a pluralistic society, it helps growth through the influence of 'global religious leaders'.

C) globalization leads to the strengthening of mutual contact between religions – the mutual contact of religions sometimes strengthens syncretism, ecumenical efforts and efforts for interreligious dialogue grow, efforts for dialogue and cooperation between political and religious elites appear, but in certain circumstances religious contact leads to clashes.



### **Society and globalization**

As a consequence of globalization, social instability appeared already in the 20th century. Rapid population growth results in migration, unemployment, poverty, and hunger. Population growth began to increase as industrialization progressed [12; 20].

### **Poverty**

The UN defined poverty as follows: "Poverty means more than a lack of income and productive resources for a sustainable livelihood. Its manifestations include hunger and malnutrition, limited access to education and other basic services, social discrimination, and exclusion, as well as insufficient participation in decision-making" [2].

Based on FAO estimates, nearly 815 million people suffered from chronic nutrient deficiencies in 2016. The main cause of malnutrition is precisely poverty. Others are wars, climate change, harmful political and economic systems. Currently, some parts of South Sudan are affected by famine. Other countries such as Yemen, Somalia or Nigeria are at risk of turning the situation into a famine. Families in food insecure countries are in the so-called vicious circle of poverty. The poor cannot afford to buy nutritious food for themselves and their families, thus they fall into the group of weaker individuals who are less able to earn money, which should help them escape poverty and hunger. This problem often persists for generations. Children are malnourished, which may affect their future income [12; 18].

### **Criminality**

There is also a direct or indirect connection between globalization and the increase in crime, especially youth crime. We observe an increase in aggression and crime among young people all over the world, which affects all income groups of children. It does not only mean an increase in instability in society, but also an intervention in the economy. The costs of specialized correctional facilities and various programs that help reintegrate young offenders into society are rising. Money laundering or the creation of specialized zones with a special tax status or regime are also closely related to crime. On the one hand, countries fight against such zones, but on the other hand, some governments are satisfied with these zones, as they enable money laundering, which increases profits [21].

### **Refugees**

The issue of refugees is becoming more and more important. While in the past (1960–1980) it was officially a question of escapes due to political problems, nowadays a large part of the reasons is economic. Refugees are looking for countries that, according to them, provide the greatest social security. But this phenomenon represents a threat to developed countries, which is why high costs are used to stop the flow of refugees, and the mother countries should also be affected so that people do not flee from these cities [19].



Figure 2. **Globalization in the world.**

Source: <https://www.unitedlife.sk/historia-a-vzostup-globalizacie/>

**Methods.** The development of international cooperation and understanding in the fields of social and natural sciences, education, culture, information, informatics, communication, and the environment is currently an important aspect that led to the creation of 17 Sustainable Development Goals (SDGs) [13]. The goal of the contribution is to specify the goals of sustainable development in selected areas, which represent a new universal standard for the development of the world population and their significance for Slovakia and other perspectives in the globalization process. At the same time, we point out and compare Slovakia with one of the most advanced EU countries, Denmark. We obtained the data for analysis from the database of the Statistical Office and focused on the period from 2008 to 2018. The results were processed and clearly presented using tables and graphs.

### **Results and their Discussion**

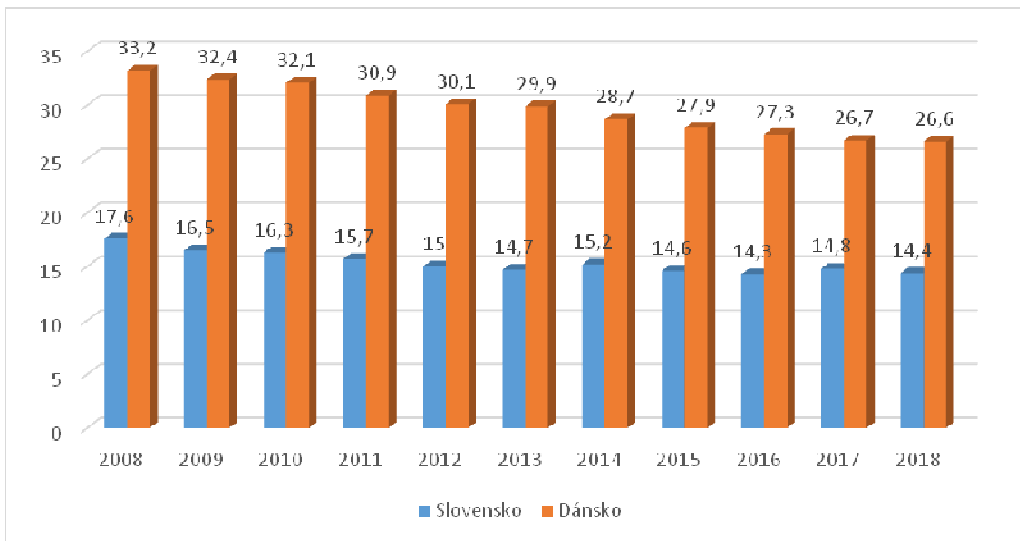
#### **Comparison of Slovakia with selected developed European countries.**

Slovakia is a small European country. For the analysis, we chose a comparison with a selected developed European country – Denmark. In our article, we focused on three selected goals that are the most discussed in the media. They are: population by level of education, gender and age – less than primary, primary and lower secondary education, unemployment rate in the age group 15–74 years, greenhouse gas emissions. We chose Denmark as a developed country for comparison because it is a country with a similar size and population and is a member of the European Union. Graph 1 shows that in Denmark, during the entire monitored period, there

are more people who have completed less than primary, primary or lower secondary education than in Slovakia. While the average in Slovakia is 15,37 %, in Denmark it is 29,62 %. The difference is almost half, namely 14,25 %. The highest value was in 2008 in Denmark (33,2 %), the lowest in 2016 in Slovakia (14,3 %). The smallest difference between countries is in 2017 (11,9 %), the largest in 2009 (15,9 %). In both countries, this indicator has a decreasing tendency, which I consider positive, since education is important and everyone should definitely complete their studies.

Chart 1

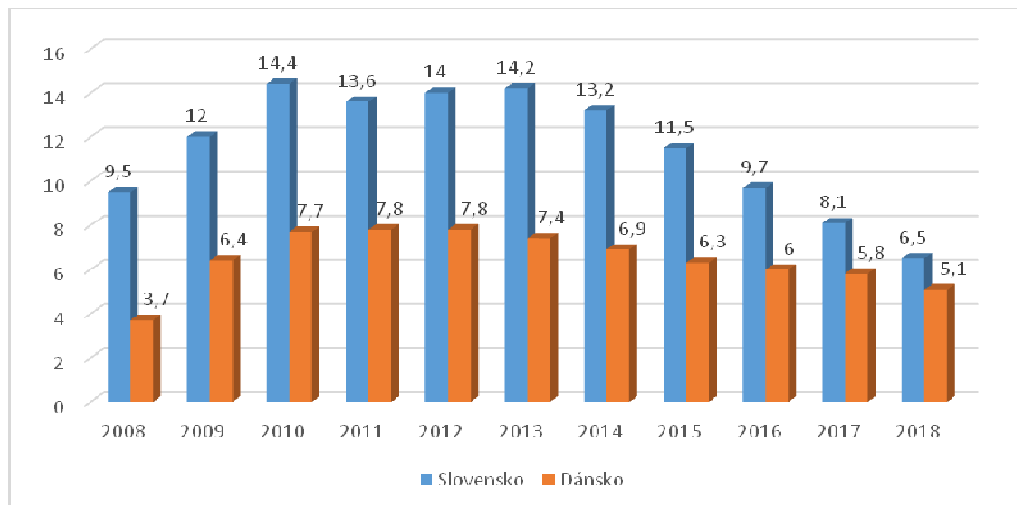
**Population by level of education, gender and age  
(less than primary, primary and lower secondary education)  
in Slovakia and Denmark in 2008–2018 (Source: own processing)**



As can be seen from graph 2, from 2008 to 2015 there is a big difference in the unemployment rate between Slovakia and Denmark, every year it is over 5 %. The largest can be seen in 2013 (6,8 %). For the last three years of the monitored period, the difference between countries is below 5 %, the lowest in 2018 (1,4 %). Slovakia's average during these years is 11,52 %, Denmark's is 6,45 %, which is almost half less. We see a downward trend in both countries, which is very positive. The differences between individual years within Slovakia since 2014 are still above 1 %, which means that the country is progressing with bigger steps. In Denmark since 2014 we see differences of less than 1 %. The smallest value is in Denmark in 2008 (3,7 %), the highest in Slovakia in 2010 (14,4 %).

Chart 2

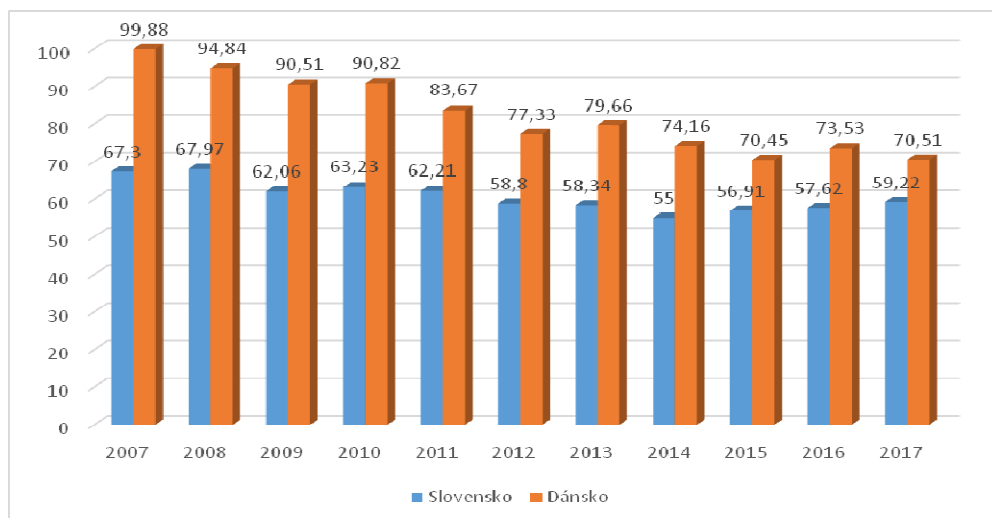
**Unemployment rate in the 15–74 age group in Slovakia and Denmark  
in 2008–2018 (Source: own processing)**



Graph 3 shows that greenhouse gas emissions are lower in Slovakia than in Denmark. The average in the monitored period is 60,79 in Slovakia and 82,31 in Denmark. The differences between countries exceed the value of 10 every year. The highest difference between countries is in 2007 (32,58), the lowest in 2017 (11,29). The highest value can be seen in 2007 in Denmark (99,88), the lowest in 2014 in Slovakia (55,0).

Chart 3

**Greenhouse gas emissions in Slovakia and Denmark in 2007–2017**



In our contribution, we addressed the 2030 Agenda for sustainable development, specifically three goals, and analyzed and compared selected indicators within Slovakia and Denmark. We found that, although Denmark belongs to developed countries, we could observe better results in two indicators. It turns out that Slovakia has a smaller percentage of residents who have completed less than primary, primary or lower secondary education, and greenhouse gas emissions are lower in Slovakia than in Denmark, although data in recent years show a greater decrease in Denmark. As for the unemployment rate, Slovakia is worse off than Denmark, but the percentage values have been approaching those of Denmark in the last two years, which is a big positive.

**Conclusion.** Agenda 2030 inspires us to think creatively and utilize innovative approaches to critically reconsider the way we approach the challenges of today's development. Advocacy and raising awareness are crucial for mobilizing support for the achievable and attainable goals of the Agenda. However, to create lasting change, raising awareness and advocacy alone are not enough. In-depth knowledge about the breadth and depth of the Agenda will be key to realizing the Sustainable Development Goals. Countries around the world must strive for continuous improvement in their performance to remain competitive and ensure their citizens a standard of living and environment they deserve. In a country where people live well, citizens themselves will take action to improve their situation. While this may not be possible in every case, it is undeniable that the involvement of citizens is crucial, and likewise, the state cannot overlook the importance of its citizens.

We chose Denmark as the country, and our three selected indicators were Population by level of education, gender and age (less than primary, primary and lower secondary education), Unemployment rate aged 15–74 and Greenhouse gas emissions. We found that, although Denmark is among the developed countries of Europe, Slovakia still shows better results in two out of three indicators, and thus we have a smaller percentage of residents who have completed less than primary, primary or lower secondary education, and greenhouse gas emissions are in Slovakia below. Although these findings do not prove better development of Slovakia compared to Denmark, it confirms that our country has the possibility to excel in fulfilling some goals even in the case of more developed countries. The limiting factor in our research was the fact that the 2030 Agenda for Sustainable Development was put into practice five years ago and is valid until 2030, which means that not even half of the period during which countries have to ful-

fill these goals has passed. The data in the databases were available until 2018, which means 3 years from the period since the Sustainable Development Goals were put into practice. We tried to make the most of the available resources.

**Acknowledgements:** Scientific Paper was elaborated within the framework of the project KEGA 005PU-4/2022.

### References

1. Blanc F., Cotella G. Global urban development frameworks landing in Latin America: Insights from Ecuador and Bolivia. *Development Policy Review*, 2022, no. 41 (1), pp. 1–18. DOI: 10.1111/dpr.12632
  2. Fidrich R. Globalizáció és környezet [online]. Budapest: Magyar Természetvédők Szövetsége, 2002. Dostupné z: <https://mek.oszk.hu/01400/01449/01449.htm#4>
  3. Galvão T. G., Zeferino de Menezes H. Global Politics, the 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals (SDG). *Meridiano 47, Journal of Global Studies*, 2020, no. 21, pp. 1–8.
  4. Halík T. Globalizace a náboženství [cit. 2020-03-25]. In: V. MEZŘICKÝ, ed. *Globalizace a globální problémy*. Praha, Univerzita Karlova v Praze, 2006. ISBN: 80-87076-01-X
  5. Hanspach J., Jamila Haider L., Oteros-Rozas E., Stahl Olafsson A., Gulrud N. M., Raymond C. M. et al. Biocultural Approaches to Sustainability: A Systematic Review of the Scientific Literature. *People Nat*, 2020, no. 2 (3), pp. 643–659. DOI: 10.1002/pan3.10120
  6. Hickel J. The contradiction of the sustainable development goals: Growth versus ecology on a finite planet. *Sustainable Development*, 2019, no. 27(5), pp. 1–12. DOI: 10.1002/sd.1947
  7. Hickmann T. Locating cities and their governments in multi-level sustainability governance. *Politics and Governance*, 2021, no. 9(1), pp. 211–220. DOI: 10.17645/pag.v9i1.3616
  8. Held D., A. MC Grew, Goldblant D., Perraton J. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Stanford: Stanford University Press, 1999. ISBN: 0-8047-3627-8
  9. Hontonyová K., Lisý J., Satková B. *Základy ekonomie a ekonomiky*. Bratislava: Ekonóm, 2006. ISBN: 802252137X
  10. Illés T. A kulturális globalizáció földrajzi vonásai [online]. In: *Tér és Társadalom*. 2018, Roč. 32, č. 2, s. 3–20. DOI: 10.17649/TET.32.2.2915. Dostupné z: <https://tet.rkk.hu/index.php/TeT/article/view/2915>
  11. Kardis K., Paľa G. *Globalizácia a náboženstvo*. Prešov: Gréckokatolícka teologická fakulta PU v Prešove, 2011. ISBN: 978-80-555-0395-0
  12. Korečko J. Chudoba a bohatstvo vo svete – pretrvávajúci globálny problém súčasnosti [online]. In: *Journal of Global Science*. 2018, Roč. 3, č. 1. ISSN: 2453-756X. Dostupné z: [http://www.jogsc.com/issue\\_2018\\_1.html](http://www.jogsc.com/issue_2018_1.html)
  13. Kioupi V., Voulvoulis N. Sustainable Development Goals (SDGs): assessing the contribution of higher education programmes. *Sustainability*, Moscow, 2020, no. 12 (17), pp. 6701. DOI: 10.3390/su12176701
- What Is Sustainability and Why Is It Important? Available at: <https://www.environmentalscience.org/sustainability>

14. Lenovský L. a kol. Kultúrne dedičstvo v multikultúrnom svete. In: *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo: učebné texty k vybraným problémom* [cit. 2019-10-25]. Nitra, Univerzita Konštantína Filozofa, 2008. ISBN: 978-80-8094-229-8

15. Lindex. *Sustainable development goals* [online], 2020. Dostupné z: [https://about.lindex.com/sustainability/reports-policies-and-commitments/commitments/sustainable-development-goals/?gclid=CjwKCAjwwMn1BRAUEiwAZ\\_jnEpmoUBrjqpQoVDOJEnFeHuRLyAjQC-WeS7RPJ9TydquTryJzp8WVxoCJfQQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://about.lindex.com/sustainability/reports-policies-and-commitments/commitments/sustainable-development-goals/?gclid=CjwKCAjwwMn1BRAUEiwAZ_jnEpmoUBrjqpQoVDOJEnFeHuRLyAjQC-WeS7RPJ9TydquTryJzp8WVxoCJfQQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

16. Matus J. A globalizáció gazdasági, politikai és társadalmi hatásai. In: F. KERTÉSZ-BAKOS, ed., *Globalizáció és társadalom: szöveggyűjtemény*. Pécs: John Henry Newman Oktatási Központ Kft, 2015. ISBN: 978 615 80263 0 7

17. Matušíková D., Šambronská K., Košíková M. The impact of the COVID-19 pandemic on holiday preferences at the example of Z generation within the youth tourism. Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry, 2021, pp. 307–329. Hershey, IGI Global.

18. Mitříková J., Dzurov Vargová T. Ekoturizmus v kontexte ochrany prírody a krajiny. Prešov. 2019. ISBN: 978-80-555-2294-4

19. Offertálerová M. Trvalo udržateľný rozvoj ako kľúčový nástroj na zabezpečenie ochrany a vysokej kvality života a životného prostredia. 2017. Available at: [https://www.enviro.sk/33/trvalo-udrzatelny-rozvoj-ako-klucovy-nastroj-na-zabezpecenie-ochrany-a-vysokej-kvality-zivota-a-zivotneho-prostredia-uniqueiduchxzASYZNbdCMBzlaYfeJDoly23THTI\\_frG6ZKvSQ4/](https://www.enviro.sk/33/trvalo-udrzatelny-rozvoj-ako-klucovy-nastroj-na-zabezpecenie-ochrany-a-vysokej-kvality-zivota-a-zivotneho-prostredia-uniqueiduchxzASYZNbdCMBzlaYfeJDoly23THTI_frG6ZKvSQ4/)

20. Poliak M., Svabova L., Konecny V., Zhuravleva N. A., Culik K. New paradigms of quantification of economic efficiency in the transport sector. *Oeconomia Copernicana*, 2021, no. 12 (1), pp. 193–212. DOI: 10.24136/oc.2021.008

21. Staněk P. *Globalizácia svetovej ekonomiky*. Bratislava, EPOS, 1999. ISBN: 80-8057-109-0

22. Sustainable Development Commission. What is sustainable development, 2020. Available at: <http://www.sd-commission.org.uk/pages/what-is-sustainable-development.html>

23. Weiland S., Hickmann Th., Lederer M., Marquardt J., Schwindenhammer S. The 2030 Agenda for Sustainable Development: Transformative Change through Sustainable Development Goals? 2021, no. 9 (1), pp. 90–95. DOI: 10.17645/peg.v9i1.4191

#### Author's Bio

ŠVEDOVÁ Milena – PaedDr., PhD., MBA – assistant professor at the Faculty of Management and Business, Department of Tourism and Hotel Management. University of Prešov in Prešov. Slovakia.



Научная статья

УДК 316.4

<https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.107>

## ***ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ИХ ВКЛАД В СЛОВАКИЮ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ***

***М. Шведова***

*Прешовский университет, г. Прешов (Словакия)*

*Введение.* Цели устойчивого развития ООН (ЦУР) прочно закреплены в европейских договорах, важных проектах и политике. Инклюзивный экономический рост необходим на благо всего населения и будущих поколений. Образование является ключевым инструментом достижения в области устойчивого развития и поддержки экономического роста общества. В статье указаны Цели устойчивого развития с точки зрения качественного образования, труда и экономического роста и их вклад в Словакию с точки зрения глобализации.

*Методы.* Проанализированы факты, взятые преимущественно из баз данных Статистического управления Европейского Союза, с акцентом на Цели устойчивого развития Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Собрана и изучена соответствующая литература из отечественных и зарубежных источников.

Исследование темы и анализ теоретических знаний проведены с упором на глобализацию, международные организации. Обработаны и графически интерпретированы данные с сайта Евростата, выбраны пять целей и осуществлено сравнение выбранных показателей.

*Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение.* Результаты научной работы показывают, что Словакия как небольшая европейская страна имеет свои как слабые, так и сильные стороны. Цель статьи – сравнение Словакии с Данией – одной из развитых стран Европейского Союза с акцентом на три выбранные цели. Исследование сосредоточилось на данном сравнении из-за сложности темы.

*Заключение.* Повестка дня на период до 2030 года вдохновляет мыслить творчески и использовать инновационные подходы для критического пересмотра нашего подхода к проблемам сегодняшнего развития. Пропаганда и повышение осведомленности имеют решающее значение для мобилизации поддержки достигаемых и достижимых целей Повестки дня. Однако, чтобы добиться долгосрочных перемен, одних лишь повышения осведомленности и пропаганды недостаточно. Глубокие знания о широте и глубине Повестки дня до 2030 года будут иметь ключевое значение для реализации Целей устойчивого развития.

*Ключевые слова:* Цели устойчивого развития, Повестка дня на период до 2030 года, глобализация, Словакия.

*Список литературы*

1. Блан Ф., Котелла Г. Глобальные программы городского развития внедряются в Латинскую Америку: опыт Эквадора и Боливии // Обзор политики развития. 2022. № 41 (1). С. 1–18. DOI: 10.1111/dpr.12632
2. Фидрич Р. Глобализация и окружающая среда [Электронный ресурс]. Будапешт: Magyar Természettudományi Szövetség, 2002. URL: <https://mek.oszk.hu/01400/01449/01449.htm#4>
3. Гальван Т. Г., Зеферино де Менезес Х. Глобальная политика, Повестка дня на период до 2030 года и Цели устойчивого развития (ЦУР) // Меридиан 47: журнал глобальных исследований. 2020. № 21. С. 1–8.
4. Халик Т. Глобализация и религия [цит. 25 марта 2020] / В. МЕЗРЖИЦКИЙ, изд. Глобализация и глобальные проблемы. Прага: Карлов университет в Праге, 2006. ISBN: 80-87076-01-X
5. Биокультурные подходы к устойчивому развитию: систематический обзор научной литературы / Дж. Ханспах, Л. Джамиля Хайдер, Э. Отерос-Розас, А. Шталь Олафссон, Н. М. Гульсруд, К. М. Раймонд и др. // Люди Нат. 2020. № 2 (3). С. 643–659. DOI: 10.1002/pan3.10120
6. Хикель Дж. Противоречие целей устойчивого развития: рост против экологии на ограниченной планете // Устойчивое развитие. 2019. № 27 (5). С. 1–12. DOI: 10.1002/sd.1947
7. Хикманн Т. Участие городов и их правительств в многоуровневом управлении устойчивым развитием // Политика и управление. 2021. № 9 (1). С. 211–220. DOI: 10.17645/pag.v9i1.3616
8. Глобальные трансформации: политика, экономика и культура / Д. Хелд, А. М. К. Грю, Д. Голдблант, Дж. Перратон. Стэнфорд: Издательство Стэнфордского университета, 1999. ISBN: 0-8047-3627-8
9. Хотонёва К., Лисы Я., Саткова Б. Основы экономики и народнохозяйственного учета. Братислава: Экономист, 2006. ISBN: 802252137X
10. Иллес Т. Культурная глобализация географии [Электронный ресурс] // Тер эс Тарсадалом, 2018. Год 32. Нет. 2 С. 3–20. DOI: 10.17649/TET.32.2.2915. URL: <https://tet.rkk.hu/index.php/TeT/article/view/2915>
11. Кардис К., Паля Г. Глобализация и религия. Прешов: Греко-католический богословский факультет в Прешове, 2011. ISBN: 978-80-555-0395-0
12. Коречко Ю. Бедность и богатство в мире – постоянная глобальная проблема сегодня [Электронный ресурс] // Журнал глобальной науки. 2018. Год 3. Нет. 1. ISSN: 2453-756X. URL: [http://www.jogsc.com/issue\\_2018\\_1.html](http://www.jogsc.com/issue_2018_1.html)
13. Киупи В., Вульвулис Н. Цели устойчивого развития (ЦУР): оценка вклада программ высшего образования [Электронный ресурс] // Устойчивое развитие. М., 2020. № 12 (17). С. 6701. DOI: 10.3390/su12176701 Мейсон. Что такое устойчивое развитие и почему оно важно? URL: <https://www.environmentalscience.org/sustainability>
14. Культурное наследие в мультикультурном мире // Туризм и культурное наследие: учебные тексты по избранным вопросам [цит. 25 октября 2019] / Л. Леновский и др. Нитра: Университет Константина Философа, 2008. ISBN: 978-80-8094-229-8

15. Lindex. Цели устойчивого развития [Электронный ресурс]. 2020. URL: [https://about.lindex.com/sustainability/reports-policies-and-commitments/commitments/sustainable-development-goals/?gclid=CjwKCAjwwMn1BRAUEiwAZ\\_jnEjnoUBrjqpQoVDOJEnFeHuRLyAjQC-WeS7RPJ9TydquTryJzp8WVxoCJfQ.QAvD\\_BwE&gclidsrc=aw.ds](https://about.lindex.com/sustainability/reports-policies-and-commitments/commitments/sustainable-development-goals/?gclid=CjwKCAjwwMn1BRAUEiwAZ_jnEjnoUBrjqpQoVDOJEnFeHuRLyAjQC-WeS7RPJ9TydquTryJzp8WVxoCJfQ.QAvD_BwE&gclidsrc=aw.ds)
16. Матус Дж. Глобализация экономики, политика и социальная политика / Ф. КЕРТЕС-БАКОС, редактор. Печ: Джон Генри Ньюман Октаиси Козпонт Кфт, 2015. ISBN: 978 615 80263 0 7
17. Матушикова Д., Шамбронска К., Кошикова М. Влияние пандемии COVID-19 на туристические предпочтения на примере поколения Z в молодежном туризме: справочник по исследованиям воздействия и последствий COVID-19 для индустрии туризма. 2021. С. 307–329. Херши: IGI Global.
18. Митрикова Ю., Дзуров Варгова Т. Экотуризм в контексте охраны природы и ландшафта. Прешов, 2019. ISBN: 978-80-555-2294-4
19. Офферталерова М. Устойчивое развитие как ключевой инструмент обеспечения защиты и высокого качества жизни и окружающей среды [Электронный ресурс]. 2017. URL: [https://www.enviro.sk/33/trvalo-udrzatelny-rozvoj-ako-klucovy-nastroj-na-zabezpecenie-ochrany-a-vysokej-kvality-zivota-a-zivotneho-prestredia-uniqueiduchxzASYZNbdCMBzlaYfeJDoly23THTI\\_frG6ZKvSQ4/](https://www.enviro.sk/33/trvalo-udrzatelny-rozvoj-ako-klucovy-nastroj-na-zabezpecenie-ochrany-a-vysokej-kvality-zivota-a-zivotneho-prestredia-uniqueiduchxzASYZNbdCMBzlaYfeJDoly23THTI_frG6ZKvSQ4/)
20. Новые парадигмы количественной оценки экономической эффективности в транспортном секторе / М. Поляк, Л. Свабова, В. Конечный, Н. А. Журавлева, К. Цулик // Экономика Коперникана. 2021. № 12 (1). С. 193–212. DOI: 10.24136/oc.2021.008
21. Станек П. Глобализация мировой экономики. Братислава: ЭПОС, 1999. ISBN: 80-8057-109-0
22. Комиссия по устойчивому развитию. Что такое устойчивое развитие [Электронный ресурс]. 2020. URL: <http://www.sd-commission.org.uk/pages/what-is-sustainable-development.html>
23. Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: трансформационные изменения посредством достижения Целей устойчивого развития / С. Вейланд, Т. Хикманн, М. Ледерер, Дж. Марквардт, С. Швинденхаммер. 2021. № 9 (1). С. 90–95. DOI: 10.17645/pag.v9i1.4191

#### **Авторская справка**

ШВЕДОВА Милена — доктор педагогических наук, PhD, MBA, доцент факультета менеджмента и бизнеса кафедры туризма и гостиничного менеджмента, Прешовский университет, г. Прешов, Словакия.

#### *Библиографическая ссылка*

Švedová M. The goals of sustainable development and their contribution to Slovakia from the point of view of globalization // SocioTime / Социальное время. 2024. №. 2 (38). С. 107–120. <https://doi.org/10.25686/2410-0773.2024.2.107>

## ПОДГОТОВКА И ПОРЯДОК ПРИЕМА РУКОПИСЕЙ

Журнал «SocioTime / Социальное время» – это научный, междисциплинарный, рецензируемый аналитический журнал современного социально-гуманитарного знания в области актуальных проблем развития человека и общества.

**1. Общая информация.** В журнале «SocioTime / Социальное время» публикуются статьи, отличающиеся научной новизной, теоретической и практической значимостью. Авторами статей могут быть учёные-исследователи, кандидаты и доктора наук, преподаватели, аспиранты и соискатели высших учебных заведений и академических институтов России и зарубежных стран, а также исследователи-практики. Принимаются не опубликованные ранее научные статьи и дискуссионные материалы научного характера.

*Не допускается направление в редакцию статей, уже опубликованных или отправленных в другие журналы. В случае обнаружения одновременной подачи рукописи в несколько изданий опубликованная статья будет отозвана из печати. Редакция принимает к публикации материалы на русском или английском языках по темам трёх основных рубрик журнала (философия, социология и история).*

*Особое внимание следует уделить качеству перевода.*

### **2. Требования к оформлению и содержанию статей**

#### **2.1. Общие технические требования:**

- УДК (UDC) указывается в верхнем левом углу статьи;
- инициалы и фамилия автора статьи, место и город работы или учёбы приводятся на русском и английском языках;
- аннотация статьи (200 – 250 слов), ключевые слова (5 – 10 слов) оформляются на русском и английском языках 9-м кеглем;
- текст статьи объёмом 0,4 – 1,0 авторского листа (16 – 40 тысяч знаков, включая пробелы) оформляется в редакторе Word (шрифт Times New Roman, кегль 11, одинарный интервал) в формате А4. Подписуночные надписи, таблицы набираются 9-м кеглем. Рисунки представляются в тексте и отдельно в формате jpeg. На таблицы и рисунки должны быть ссылки в тексте статьи;
- ссылки на источники приводятся в тексте в квадратных скобках в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»;
- список использованной литературы на языке издания (кегль 9) помещается в конце текста и оформляется по мере изложения ссылок в тексте статьи;
- транслитерация литературных источников (*References*) осуществляется с использованием сайта <https://translit.ru/> следующим образом: авторы (транслитерация); перевод названия статьи в транслитерированном варианте; перевод названия статьи на английский язык в квадратных скобках; название источника (транслитерация и перевод на английский язык (в квадратных скобках)); выходные данные с обозначениями на английском языке;
- сведения об авторах на русском и английском языках (кегль 9): Ф.И.О. полностью, учёная степень, звание, должность, место работы или учёбы, почтовый адрес, телефон для связи, E-mail.

## 2.2. Требования к содержанию и структуре статьи

**Аннотация** – краткое изложение содержания статьи. В ней должны быть чётко обозначены следующие элементы:

- *Введение (Introduction)*;
- *Методы (Methods)*;
- *Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение (Results)*;
- *Заключение (Conclusion)*.

**Ключевые слова** – основные понятия, раскрывающие содержание статьи.

### **Структура статьи**

- *Введение*: цель, задачи, актуальность исследования, постановка проблемы, история вопроса, обзор основных исследований и публикаций, на которые опирается автор, современные взгляды на проблему, нерешённые вопросы и т. д.;

- *Методы исследования*: методы и подходы (эмпирические и теоретические), использованные в исследовании; организация и ход исследования.

- *Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение*: изложение основных идей исследования; обобщение и обсуждение его результатов; выводы и рекомендации для дальнейших исследований, вытекающие из работы;

- *Заключение*: теоретическая и практическая значимость полученных результатов; основные направления для дальнейших исследований в этой области.

**Список использованных источников** оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5–2008. Ссылаться желательно в первую очередь на оригинальные источники из научных журналов, включённых в глобальные индексы цитирования. Рекомендуется использовать 10 – 30 источников, из них публикаций за последние 5 лет должно быть не менее 5, иностранных источников – 3–5. Следует указать DOI или адрес доступа в Интернете.

**3. Список материалов**, подаваемых в редакцию в бумажном и электронном видах:

- заявление автора на имя главного редактора;
- текст статьи;
- рекомендация научного руководителя (для аспирантов и соискателей);
- справка о проверке статьи на «Антиплагиат» (к изданию допускаются статьи с оригинальностью текста **не менее 80 %**).

**4. Порядок рассмотрения рукописи.** Рукопись должна соответствовать требованиям, указанным в пунктах 1 – 3. Рукопись может быть возвращена автору с замечаниями для доработки. После получения доработанного текста рукопись вновь рассматривается редколлегией. Датой поступления статьи считается день получения редакцией окончательного варианта. Материалы, оформленные не по требованиям журнала, не рассматриваются.

**5. Правила оформления статей, образцы документов, порядок рецензирования и архив журнала** представлены на сайте журнала «SocioTime / Социальное время»: <https://www.volgatech.net/sociotime/>.

E-mail: [sociotime@volgatech.net](mailto:sociotime@volgatech.net)

Телефон редакции (главного редактора) 8(8362)68-60-40.

## PREPARATION AND PROCEDURE FOR ACCEPTANCE OF MANUSCRIPTS

**"SocioTime / Social Time"** is a scientific, interdisciplinary, peer-reviewed analytical journal of modern social and humanitarian knowledge in the field of urgent problems of human and society development.

**1. General information.** The journal "SocioTime / Social Time" publishes articles that are distinguished by their scientific novelty, theoretical and practical significance. Authors of articles can be scientists, researchers, candidates and doctors of science, teachers, graduate students and applicants from higher educational institutions and academic institutes from Russia or abroad, as well as practical researchers. Manuscripts should not contain substantial elements of material that has been published or accepted for publication elsewhere.

In case of discovery of the manuscript in several editions, the published article will be withdrawn from print. The editors accept for publication materials in Russian or English on the topics of three main sections of the journal (philosophy, sociology and history).

Special attention should be paid to the quality of the translation. The translation should be conducted by a native English speaker, written in high-quality English.

### **2. Requirements to the manuscript design**

#### **2.1. General requirements:**

- Classification symbols Universal Decimal Classification (UDC) (upper left corner);
- The initials and surname of the author, in Russian and English (centered, font size 10);
- Abstracts of articles in Russian and English (200–250 words, justification page, font size 9);
- Keywords (no more than 5–10, font size 9);
- The manuscript 7–16 pages (16–40 thousand characters, including spaces) in A4 format, including figures, tables and graphs. The text is made in the editor Word (font Times New Roman, size 11, single spaced). The images should be referenced;
- References in the text in square brackets in accordance with the requirements;
- List of references in the language of publication (font size 9) at the end of the text and in order of references in the text of the article;
- Transliteration of literary sources (References) is carried out using the site <https://translit.ru/> as follows: authors (transliteration); translation of the title of the article in a transliterated version; translation of the title of the article into English in square brackets; source name (transliteration, italics); output with designations in English;
- Information about the authors in Russian and English (font size 9): Full name, degree, position, place of work or study with a mailing address, tel. and E-mail.

#### **2.2. Requirements for the content and structure of the article (main elements of the article)**

**Abstract** (200–250 words) – summary of the content of the article. It should clearly indicate the following components:

- Introduction: purpose, relevance, problem statement;
- Methods: methods and approaches used by the author in the study;
- The main ideas of the study, the results obtained and their discussion (Results);

- Conclusion: theoretical and practical significance of the research results.

**Keywords** (5–10 words) reflect the main provisions, achievements, results, terminology of scientific research.

**The structure of the manuscript is as follows:**

- *Introduction*: purpose, objectives, relevance of the study, problem statement, background, overview of the main studies and publications on which the author relies, modern views on the problem, unresolved issues, etc.;

- *Research methods*: methods and approaches (empirical and theoretical) used in the study; organization and progress of the study;

- *The main ideas of the study, the results obtained and their discussion*: presentation of the main ideas of the study; generalization and discussion of its results; conclusions and recommendations for further research arising from the work;

- *Conclusion*: theoretical and practical significance of the results; guidelines for further research in this area.

The list of sources used is drawn up in accordance with the requirements of GOST R 7.0.5–2008. It is advisable to refer primarily to original sources from scientific journals included in global citation indices. It is recommended to use 10–30 sources, of which there should be at least 5 publications over the past 5 years, 3–5 foreign sources. You must provide a DOI or Internet access address. Sources in foreign languages are given in the original.

**3. Materials shall be sent:**

- The author's statement addressed to the editor;
- The manuscript;
- Recommendation of the supervisor (for students);
- Certificate on checking the article in the "Antiplagiat" system (articles with original text of **at least 80 %** are allowed to be published).

**4. The review process and publication decision.** The manuscript must meet the requirements specified in paragraphs 1–3. The manuscript can be returned to the author with comments for revision. After receiving the revised text, the manuscript is again considered by the editorial board. The date of receipt of the article shall be the date of receipt of the final edited version of the article. Materials that are not designed according to the requirements of the journal are not considered.

**5. Requirements to the manuscript design, examples of the documents, the review process and electronic versions of the journal are presented on the website:** <https://www.volgatech.net/sociotime/>

E-mail: [sociotime@volgatech.net](mailto:sociotime@volgatech.net)

Tel. (Editor in Chief) 8(8362)68-60-40.