

УДК: 351:35.078.3

DOI: <https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-18-3-59-74>

Бельська Тетяна Валентинівна,
доктор наук з державного управління,
доцент, доцент кафедри менеджменту
і публічного адміністрування, Харків-
ський національний університет міського
господарства ім. О. М. Бекетова, 61002,
м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17,
тел.: 066 450 62 12, e-mail: tanya_belska@ukr.net

ORCID: 0000-0002-2792-4700

Бельская Татьяна Валентиновна,
доктор наук по государственному
управлению, доцент, доцент кафедры
менеджмента и публичного админис-
трирования, Харьковский националь-
ный университет городского хозяйства
им. А. Н. Бекетова, 61002, г. Харьков,
ул. Маршала Бажанова, 17, тел.: +38 (066)
450 6212, e-mail: tanya_belska@ukr.net

ORCID: 0000-0002-2792-4700

Bielska Tetiana Valentynivna,
Doctor of Science in Public Administration,
Associate Professor, Associate Professor of
the Department of Management and Pub-
lic Administration, O. M. Beketov National
University of Urban Economy in Kharkiv,
61002, Kharkiv, Marshal Bazhanov Str., 17,
tel.: +38 (066) 450 62 12, e-mail: tanya_belska@ukr.net

ORCID: 0000-0002-2792-4700

Лашкіна Марія Григорівна,
психолог-конфліктолог, кандидат наук
з державного управління, помічник-кон-
сультант народного депутата України,
Верховна Рада України, 01005, м. Київ,
вул. Грушевського, 5, тел.: 050 397 29 12,
e-mail: maria.lashkina@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8331-1853

Лашкина Мария Григорьевна,
психолог-конфликтолог, кандидат наук по государственному управлению, помощ-
ник-консультант народного депутата Украины, Верховная Рада Украины, 01005,
г. Киев, ул. Грушевского, 5, тел.: +38 (050) 397 29 12, e-mail: maria.lashkina@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8331-1853



Lashkina Mariia Hryhoriivna,

psychologist-conflictologist, PhD in Public Administration, Assistant-consultant of People Deputy of Ukraine, Verkhovna Rada of Ukraine, 01005, Kyiv, Str. Hrushevskogo, 5, tel.: +38 (050) 397 2912, e-mail: maria.lashkina@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8331-1853

АРХЕТИПИ СУЧАСНОСТІ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР

Анотація. У статті стверджується, що “популізм” як явище стає архетипом сучасного світу. Вказано, що популізм базується на емоційній та нерациональній природі страху та інстинкті самозбереження. Визначено, що в колективному несвідомому закарбувалися всі психологічні травми попередніх поколінь, ґрунтується сучасне соціальне життя, вирощуються та наповнюються нові архетипи, які стають фактором впливу на діяння цілого покоління людей.

Обґрунтовано, що інструментальною основою популізму є інформаційно-комунікативний світ, який стрімко розвивається. Стверджується, що модернізація країн по всьому світу, спрощений доступ до світових інформаційних мереж і широке використання смартфонів дають людям можливість користуватися Інтернетом. Соціальні мережі є одним з найпопулярніших онлайн-видів діяльності.

Вказано, що засоби масової комунікації в житті сучасного суспільства відіграють важливу та водночас небезпечну роль, замінюючи функцію інформування населення на формування певних поглядів, ідей і думок. Автори впевнені, що сучасні інформаційні ресурси спрямовані, насамперед, на маніпулювання суспільною свідомістю, яка контролюється урядами різних країн, власниками телевізійних каналів і використовується як пропагандистська зброя. Спрогнозовано, що за таких умов архетип популізму під час демократичних виборчих перегонів нарощуватиме свій підсвідомий вплив.

Доведено, що ґрунт для розвитку та процвітання архетипу “популізму” в Україні є дуже плідним, оскільки наше суспільство має травму і в третьому і в другому поколінні та переживає посттравматичний психологічний синдром голодомору, репресій, втрати державності, російської агресії на сході України, тому використання “популізму” в суспільстві буде тільки посилюватися та сприятиме прийняттю нерациональних рішень.

Водночас існує запит суспільства на зміни та потребу самоактуалізованої інтровертної активної людини.

Ключові слова: архетип, популізм, демократія, нетократія, управління, виборчий процес, Українська школа архетипіки.

АРХЕТИПЫ СОВРЕМЕННОСТИ: УКРАИНСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Аннотация. В статье утверждается, что “популизм” как явление становится архетипом современного мира. Указано, что популизм базируется на эмоциональной и нерациональной природе страха и инстинкте самосохранения.

Определено, что в коллективном бессознательном отпечатались все психологические травмы предыдущих поколений, влияющие на современную социальную жизнь, вырастают и наполняются новые архетипы, которые становятся фактором влияния на действия целого поколения людей.

Обосновано, что инструментальной основой популизма является информационно-коммуникативный мир, который стремительно развивается. Утверждается, что модернизация стран по всему миру, упрощенный доступ к мировым информационным сетям и широкое использование смартфонов дают людям возможность пользоваться Интернетом. Социальные сети являются одним из самых популярных он-лайн-видов деятельности.

Указано, что средства массовой коммуникации в жизни современного общества играют важную и одновременно опасную роль, заменяя функцию информирования населения на формирование определенных взглядов, идей и мыслей. Авторы уверены, что современные информационные ресурсы направлены, прежде всего, на манипулирование общественным сознанием, которое контролируется правительствами разных стран, владельцами телевизионных каналов и используются как пропагандистское оружие. При таких условиях, прогнозируют авторы, архетип популизма во время демократических избирательных гонок будет наращивать свое влияние на подсознание.

В статье доказано, что почва для развития и процветания архетипа “популизма” в Украине является очень плодородной, поскольку наше общество имеет травму и в третьем и во втором поколении и переживает посттравматический психологический синдром голодомора, репрессий, потери государственности, российской агрессии на востоке Украины, поэтому использование “популизма” в обществе будет только усиливаться, будет способствовать принятию нерациональных решений.

В то же время существует запрос общества на изменения и потребность самоактуализированного интровертного активного человека.

Ключевые слова: архетип, популизм, демократия, нетократия, управление, избирательный процесс, Украинская школа архетипики.

ARCHITICS OF MODERNITY: UKRAINIAN MEASUREMENT

Abstract. The authors claim that “populism” as a phenomenon becomes the archetype of the modern world. They point out that populism is based on the emotional and irrational nature of fear and the self-preservation instinct. The authors determine that all the psychological traumas of previous generations affecting modern social life were imprinted in the collective unconscious. At the same time, new archetypes that are grown and been formed, become a factor in influencing the behavior of a generation of people.

The article justifies that the information-communicative world, which is developing rapidly, is the instrumental basis of populism. It is stated that the modernization of countries around the world, easy access to global information networks and the widespread use of smartphones give people the opportunity to use the Internet. Social networks are one of the most popular online activities.

It is indicated that the media in the modern society life play an important and at the same time dangerous role, replacing the function of informing the population to form certain attitudes, ideas and thoughts. The authors claim that modern information resources are primarily aimed at manipulating the public consciousness, which is controlled by governments of different countries, owners of television channels, and are used as a propaganda weapon. Under such conditions, the authors predict, the archetype of populism will increase its influence on the subconscious during democratic electoral races.

The article proves that the ground for the development and flourishing of the archetype of “populism” in Ukraine is very fertile, because the society is traumatized in the third and second generation and is experiencing post-traumatic psychological syndrome of famine, repressions, loss of statehood, Russian aggression in Eastern Ukraine, therefore, the use of “populism” in society will only increase and will contribute to making of irrational decisions.

At the same time, there is a public demand for change and the need for a self-actualized introverted active person.

Keywords: archetype, populism, democracy, netocracy, governance, electoral process, Ukrainian school of archetype.

“Не існує юнгіанських архетипів, всякий провидець
бачить те, що йому підказує отримана освіта”
Умберто Еко

Постановка проблеми. Вислів, що став епіграфом цієї статті, належить відомому письменнику сучасності Умберто Еко. Він використав його у своїй книжці “Гарячі війни та популізм у ЗМІ”, де акцентує увагу на впливі ЗМІ на формування не лише порядку денного, а й думок і підходів до прийняття рішень, до політики. Письменники та люди мистецтва в несистемні перехідні та буремні хаотичні часи, зазвичай, точніше відчують зміст того, що відбувається, тому варто в аналізі та осмисленні сучасної політики спиратися на їх думки та ідеї.

У межах Української школи архетипіки (далі – УША) неодноразово піднімалося питання існування різ-

них видів архетипів, їх вияв і трансформація у соціумі та поява нових під впливом інформаційного простору. Архетипова методологія дозволяє нам зробити глибокий аналіз психоемоційного та психотравматичного стану суспільства та його наслідків. Юнгіанські архетипи, що закріпилися в стереотипній логіці, спрощують погляд на сучасні процеси та допомагають визначити й зрозуміти ті схематичні матриці, що лежать в основі колективного несвідомого та впливають на соціальну поведінку в сучасному житті. У цьому сенсі можемо сказати, що Юнг був провидцем, оскільки запропонував методологію для розуміння процесів насиченого інформаційно-комунікативного су-

часного світу, в якому ми з вами живемо.

Описані стратегічні архетипи Логоса, Самості, Тіні, Аніми та Анімуса, Хаоса дають поштовх для розуміння формування самоідентичності, національної самосвідомості та самобутності, але не пояснюють феномен соціетального, що існує в глобалізованому та глобальному світі. А світ продовжує швидко глобалізуватися, не дивлячись на тимчасовий популістський фактор націоналізму, і це вже ні в кого не викликає спротиву.

Фахівці стверджують, що в колективному несвідомому закарбувалися всі психологічні травми попередніх поколінь. На цих травмах свідомих і несвідомих ґрунтується соціальне життя, на них вирощуються та наповнюються нові архетипи, які також стають фактором впливу на покоління. У сучасній практиці інформаційно-комунікативного глобалізованого світу виникають нові архетипні форми, зокрема, архетипи “демократії”, “загальні європейські цінності”, “націоналізм”, “популізм” та ін. Нові архетипи стають формами та конструкціями, на яких ґрунтується ментальність нових поколінь, тому вони потребують окремого й уважного наукового аналізу. В нашому дослідженні ми пропонуємо розглянути популярне й широко розповсюджене в сучасному світі явище — “*популізм*”, розглянути його архетипне коріння на прикладі українського суспільства.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. У політичній науці попу-

лізм як явище вивчається не так давно і в більшості трактується як політична технологія, а не як психологічний феномен, тому найбільше його аналізують журналісти та політологи. Сучасне публіцистичне дослідження американського журналіста Джона Б. Джудіса “Великий вибух популізму” [1] відображає історичний контекст зростання популізму в США. В українській сучасній політичній науці проблемами популізму займалися І. Беккер [2], М. Дем’яненко [3], В. Кавка [4], І. Кіянка [5, 6], Н. Хома [7]. Надзвичайно актуальними є нароби професора та ідейного натхненника Української школи архетипіки Е. Афоніна [8], який у своєму моніторингу соціетальних змін суспільства останнім часом фіксує збільшення категорій, що констатують ідентичність самоактуалізованої інтровертної активної людини. О. Суший [9] та С. Сибіряков [10] вивчали архетипні вияви соціально-психологічних явищ та середовища на масову свідомість. О. Донченко [11] сформулювала основи фрактальної психології та розширила зміст матричного архетипу. Також важливими для нас залишаються роботи К. Юнга та всіх його послідовників: М. Маффесолі [12], який відкрив феномен сучасного трайбалізму; Ж. Дюрана [13], К. Леві-Строса [14] та ін.

У наукових пошуках УША, представники якої вже десять років активно вивчають український соціум за допомогою методології архетипних виявів, сучасні архетипи, що виникають, у тому числі й під впливом існуючого інформаційного поля, залишаються все ще недостатньо дослідженими. Гіпотеза нашого наукового

аналізу полягає в тому, що таке явище як “популізм” стало архетипом, який з’явився та розвинувся через травми суспільства, що закарбовані в підсвідомості, неактуалізовані та непрожиті, що ґрунтувалися та виховувалися роками фобій, які, своєю чергою, спираються на сильну емоцію страху та природного людського інстинкту самозбереження.

Мета статті — провести описовий аналіз тих архетипів сучасності, що є притаманними українському соціуму, але які, водночас, є типовими загрозами та заразними для всього міжнародного глобального простору. Для реалізації цієї мети ми спробуємо провести описовий інтелектуальний аналіз, використовуючи інтерпретацію ідей К. Юнга для розуміння архетипної природи *популізму* та *демократії*, щоб зрозуміти феномен ідентичності.

Виклад основного матеріалу. Концепція колективного несвідомого, що ґрунтується на певних схемах, архетипах стала результатом пошуку К. Юнгом [15] осмислення та пояснення занадто раціональних моделей поведінки суспільства. На формування культурної константи нації завжди впливають: історична пам’ять, символи та знаки, архетипи тощо. Нація складається з індивідів, кожен з яких має свою психічну структуру, а як констатує соціальний психолог О. Покальчук, психічний розвиток індивіда повторює шлях розвитку попередніх поколінь. “Жива система, хоче того чи ні, усвідомлює чи лише відчуває, стає заручником поведінкових рис, набутих попередніми живими системами” [16, с. 26], — трактує автор біогенетичний закон,

сформований Теккелем-Мюллером у XIX ст.

Вважається, що демократія як ідеологічний та інституціональний концепт виникла у Давній Греції, її основні постулати були розвинуті в роботах Дж. Локка, Д. Гобса, Ш. Луї де Монтеск’є, інших мислителів та державних діячів епохи Відродження. Цінностям, що були вкладені в розуміння змісту цього політичного режиму як ідеологічного концепту, вже майже сімнадцять століть, якщо рахувати з античності! Водночас дослідники племінних суспільств стверджують, що демократія була притаманна доісторичним племенам, де влада належала не тільки вожакам, а й старшинам, що уособлювали представницьку владу народу. Можемо констатувати, що “*демократія*” виступає архетипом, тією проформою, на якій ґрунтуються суспільні практики взаємодії та довіри [17].

Дейл А. Бертельсен у праці “Медіа-форма і уряд: демократія як архетипний образ в електронну епоху” [18] переконує, що демократія на основі участі функціонує як архетипний образ, який домінує в політичному мисленні і політичній комунікації в сучасній культурі, що дозволяє досліджувати і передбачати зміну правління і форму політичної комунікації.

Більшість західних країн вже має багатий досвід та історичну пам’ять демократичних процедур і процесів та достатньо стабільні працюючі демократичні інститути. Водночас сьогодні ці традиції демонструють сильну ригідність владних еліт, за якої неможливо вирішувати проблеми в сучасному інформаційному, глоба-

лізованому та досить конфліктному світі. Прикладом того є процес виходу Великобританії із Європейського союзу внаслідок “брекзиту”. Великобританія стала заручником архетипів “демократії” та “британських традицій”, які не дозволяють їй швидко вирішити сучасні політичні питання.

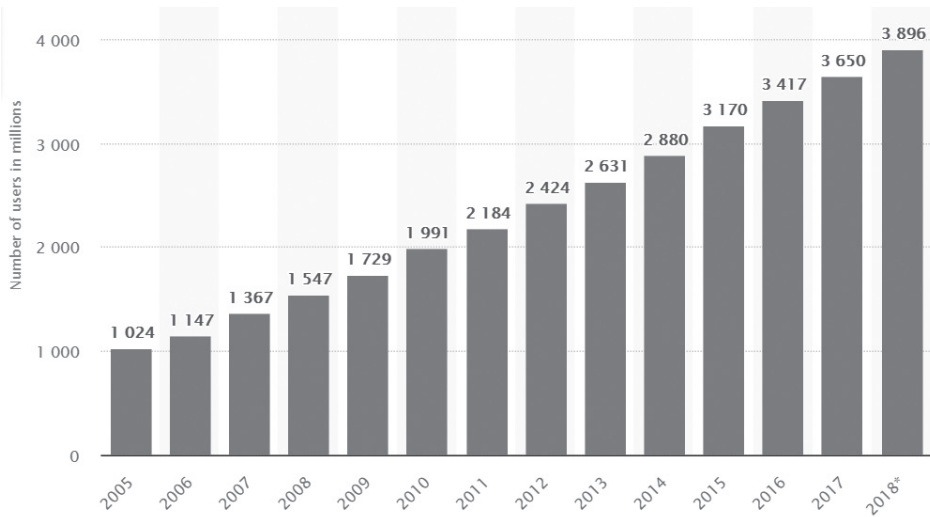
Про загрозу процесам демократії під впливом технологій інформаційного світу попереджали автори дослідження нетократії А. Бард та Я. Зодерквіст [19] у своїй книзі “Нетократія. Нова еліта та життя після капіталізму”, де вперше описали це явище. На думку авторів терміна “нетократія”, розвиток технологій породив новий правлячий клас — клас МЕРЕЖІ. Капіталістичний спосіб виробництва більше не може бути домінуючим, на зміну боротьби за ринки збуту та виробничі ресурси, приходиться боротьба за інформаційні потоки, канали інформації, мережеві віртуальні структури, соціальні мережі тощо. Влада великого капіталу відступає, наступає влада нетократів (власників інформації, контенту, інтерпретаторів, маніпуляторів). Нетократія не потребує грошей, тільки місце в МЕРЕЖІ, куди потрапляють ті, хто знайде вхід та знає код доступу. Крім нового правлячого класу з’явиться новий низовий клас, але це не новий пролетаріат, це — консьюмеріат (від англ. *consuming* — споживання), яким легко керувати тим, хто матиме більш широкий доступ до інформації. Вони будуть користуватися тими димовими завісами та дезінформацією, яку створюють нетократи. В нетократичному суспільстві завжди є можливість створення “паралельної, віртуальної” реальності,

маніпуляцій, втрати приватності, що стає загрозою для національної безпеки держав та знецінення демократичних цінностей. Водночас нетократичне суспільство надає необмежені можливості для особистого розвитку, поширення знань та інформації, глобалізації ідей та думок, мультикультуралізму [20].

У сучасному світі ставлення громадян до навколишньої суспільно-політичної реальності багато в чому визначається тими, хто контролює світ комунікацій. Можна стверджувати, що особа, яка володіє інформацією, має можливість впливати на формування суспільної свідомості, а той, хто має можливість поширювати інформацію у власній інтерпретації, має майже необмежені можливості формувати думку громадян з будь-яких питань, політичне управління суспільством. У грудні 2018 р. кількість користувачів Інтернету в світі становила 3,9 млрд осіб порівняно з 1,02 млрд у 2005 році (див. рисунок).

Спрощений доступ до комп’ютерів, модернізація країн по всьому світу і широке використання смартфонів дають людям можливість користуватися Інтернетом. Соціальні мережі є одним з найбільш популярних он-лайн-видів діяльності.

Засоби масової комунікації в житті сучасного суспільства відіграють, з одного боку, дуже важливу, а з іншого боку, небезпечну роль, коли вони замінюють свою початкову функцію інформування населення на формування певних поглядів, ідей і думки. Нині інформаційні ресурси спрямовані насамперед на маніпулювання суспільною свідомістю, яка контролюється урядами різних країн,



Кількість користувачів Інтернету в усьому світі з 2005 по 2018 роки
(у мільйонах) [21]

власниками телевізійних каналів і використовується як пропагандистська зброя. Деструктивним аспектом соціальних мереж є залучення мережових спільнот до інформаційної та кібервійни [22, с. 197–198].

Нові технології рано чи пізно призведуть до втрати традиційної системи поглядів, структури влади, взаємовідносин у суспільстві.

Європейська ідентичність руйнується під впливом сучасного трайблїзму (від англ. *tribe* — плем'я, клан, термін, що ввів у науковий обіг М. Маффесолі [23]). Політологи констатують, що вияв націоналізму, наслідком якого стали, зокрема, брекзїт у Великобританії, вибори Президента США Д. Трампа у США, прихід до влади популістів в Італії, країнах, які були взірцем демократії, ґрунтується винятково на популізмі. Поява несистемних політиків, загальносвітовий тренд, що став наслідком двох факторів — нетократії, що призвела до розриву поколінь та сучасного

“луддизму”. Але, якщо “демократія” є сталим архетипом європейської ідентичності, то як зрозуміти той сплеск популізму в світі, що ми спостерігаємо останнім часом?

Нині ми можемо говорити вже не просто про протистояння поколінь, оскільки більш старше покоління гірше розуміється в технологіях, а про тотальний страх і неприйняття нового світу, в який ми стрімко увійшли. Цей страх стає загальним, притаманним не тільки старшим поколінням, а й молоді.

Нові покоління приходять у цей світ зі страхом нестачі ресурсів, зокрема природних для їх життя, старші покоління не приймають новацій в технологіях і підживлюються страхом бути відштовхнутими від основних життєвих процесів через їх занадто технологічну турбулентність. Третя причина — це глобальне розшарування між різними стратами суспільства. Все більше людей починають розуміти, що те прекрасне

майбутнє з вічним життям у розумних домах та з розумними машинами, не для всіх, більшості це буде недоступно. Виникає протистояння всім новаціям, знаходиться багато бажаючих підтримати популярні ідеї соціалістичного, а іноді й радикально-агресивного спрямування. Джон Б. Джудіс зауважує, що існують як праві, так і ліві й центристські популістські партії. Це не ідеологія, а політична логіка — спосіб мислення про політику. Він посилається на визначення історика Майкла Казіна, який викриває логіку популізму — “це мова, і ті, хто вдається до неї, уявляють звичайних людей як величезну групу, не обмежену вузькими рамками класу; вважають своїх опонентів з-поміж еліти корисливими та недемократичними; прагнуть збури-ти перших і других” [24, с. 16]. Популізм — це певний вид шантажу, коли популісти переконані, що істеблшмент погодиться задовольнити їхні претензії, але безсумнівно, що поява популістських рухів або політиків, слугують сигналом попередження щодо політичної кризи. Політичний клас та еліти мають швидко реагувати на такі вияви, існують багато способів врегулювання суспільних конфліктів ще до появи агресивних кризових явищ.

Популізм ґрунтується на страху, а технологічні можливості допомагають роздмухувати цю найсильнішу емоцію до шалених масштабів. Соціолог Єва Налевайко, досліджуючи взаємозв'язок явищ політичного популізму та соціального страху в Польщі, аргументовано доводить, що нагнітання колективних страхів є одним з основних інструментів впливу

політичних популістів. Популісти мають два основних інструменти мобілізації прихильників — страх й обіцянки. Індивіди відрізняються рівнем сприйняття страху, який впливає на способи їх реакції в окремих життєвих ситуаціях. Суспільства також відрізняються колективним потенціалом страху. Ті спільноти, які в минулому мали можливість упродовж тривалого часу самостійно контролювати свою долю та справлятися із зовнішніми загрозами менш схильні до страху. Водночас ті спільноти, які не мали тривалого контролю над своєю долею та перебували в небезпеці, мають підсвідомий страх та більш податливі ескалації цієї емоції та відповідним їй реакціям — агресії, конфліктній поведінці у суспільстві, популізму [25].

Страх — апріорі ірраціональна емоція, закладена природно, що потребує захисту, підтримки, прийняття. Звідси й одіозні потреби індивідів об'єднуватися у суспільства та мати у владі лідерів, що пропонують швидкі та прості рішення.

Архетипи значно впливають на емоції людини, володіють власною ініціативою та містять в собі певний спосіб реагування. У сприятливій для його вияву ситуації архетип здатний народжувати думки й імпульси, таким чином втручаючись у неї, спотворюючи справжні наміри людини. Якщо виходити з ще однієї властивості архетипу, як самостійної області психіки, можна стверджувати, що в них сконцентрована специфічна власна енергетика, яка здатна народжувати нові емоції.

Сучасний популізм — це наслідок неопрацьованих страхів кіль-

кох поколінь людей, що виникали внаслідок пристосування до змін, які швидко відбувалися під впливом технологій та розвитку науки.

Несистемність процесів також породжує популізм. Простіше говорити про речі з минулого, зрозумілі для більшості, ніж осмислювати сингулярність та конвергентність сучасності. Вияви популізму — це наслідок архетипної моделі поведінки для людства, яке немає іншої моделі. К. Юнг передбачив, що під впливом нових технологій у людства з'являться нові страхи, що, своєю чергою, призведуть до появи нових архетипів.

Україна зараз вступила в період великого глобального виборчого циклу, який буде тривати майже до кінця 2020 р. В березні 2019 р. відбулися загальні вибори Президента України, в жовтні — вибори до парламенту країни, а в жовтні 2020 — вибори до місцевих органів влади, якщо Верховна Рада не прийме іншого рішення. В ході виборчих кампаній активність популістів різного ґатунку стала настільки загрозливою, що це може врешті-решт призвести до втрати державності, тому що хворе посттравматичне суспільство постійно перебуває у стані нервового збудження з підвищеним градусом емоцій та агресії. Це підігривається у ЗМІ, соціальних мережах, месенджерах та за допомогою інших технологій. Соціологи констатують, що ситуація в Україні значно краще, ніж це виглядає в медіа [26]. ЗМІ для повернення до себе уваги викривляють реальну картину, а люди під їх впливом усвідомлюють прагматичність ситуації.

Виборчі перегони в Україні завжди супроводжувалися використанням популістських прийомів та обіцянок. Починаючи з виборів першого Президента України у 1991 р., всі кандидати на пост глави держави йшли за уподобанням населення, не пропонуючи ідей та стратегій. На страху відтворення СРСР, звучав лозунг “Україна: європейська держава за можливостями, московська колонія за становищем”. Нічого не можливо було реалізувати, оскільки стан суспільства характеризувався підсвідомим страхом змін, тому треба було щось змінити, щоб нічого не змінювати. У 1994 році — лозунг змінився відповідно до уподобань певної частини населення: “Україна — Росія: менше стін більше мостів”. У 1999-му році маятник уподобань та страху хитнувся на бік Л. Кучми тільки на противагу лідеру комуністів П. Симоненка, після раптової загибелі очевидного лідера тодішніх перегонів В. Чорновола. Вибори-2004 закінчилися “Помаранчевою революцією” і перемогою В. Ющенка, який отримав цей пост, за висновками спеціалістів, тільки завдяки популістичній стратегії Ю. Тимошенко, яка стала його соратником. Основні лозунги: “Бандитам — тюрми”, “Закон — один для всіх”, а також одіозна фраза політика “Ці руки нічого не крали”. З'являється карта поділу країни на три сорти, що викликає обурення та роздратування у частини населення. 2010 рік — протистояння Ю. Тимошенко та В. Януковича закінчується перемогою останнього, звинуваченнями у фальсифікаціях, судами, але визнанням переможцем В. Януковича із загальним лозун-

гом “Покращення вже сьогодні”. 2014 рік — перемога П. Порошенка в першому турі на фоні анексії та страху втратити державність та частину території з лозунгом “Жити по-новому”. Ні на одних перегонах громадяни не вимагали від лідерів чітких програм, або візії майбутнього. Тільки сліпа віра і страх, щоб не було гірше. Поведінка суспільства схожа на реакцію маленької дитини, яка шукає великого дорослого “батька” чи “матір”, що вирішить всі його проблеми без змін його існування.

Перегони-2019 традиційно характеризуються великим рівнем популістичних лозунгів, починаючи від “знижування газу в два рази” до “знижування податків до 5 %”, неперевершеним рівнем агресії, що підігривається кандидатами та накладається на архетипну природу страхів. Водночас спостерігачі констатують деякі вияви соціальної поведінки, що схожі на реакції та поведінку людини в пубертатному віці, зокрема, поява несистемного кандидата В. Зеленського та його високий передвиборчий рейтинг. В його політичній кампанії не було обіцянок, а тільки загадковість, гра та панібратське спілкування зі своїм потенційним електоратом.

У колективному несвідомому травми відбиваються на третьому поколінні, тому можна уявити травми історичних часів українського соціуму — “голодомору”, “репресій”, “втрати державності”, що тільки зараз починають відбиватися на сучасному нашому поколінні. Ось чому у суспільстві такий високий рівень страху та недовіри один до одного та державних інституцій, чому популізм

перемагає, чому так важко приживаються цінності демократії. Рівень довіри до своєї держави та урядових інститутів також залежить від психологічного стану суспільства. На жаль, для України показники є невтішними, за даними дослідження аналітично-консультативної кампанії Gallup за 2018 рік рівень довіри до влади становить всього 9 %, що є найнижчим показником у світі [27]. У таких умовах існує великий запит у суспільстві на нових політиків та зміни. Показники, які останнім часом фіксує Е. Афонін в моніторингу соціетальних змін суспільства, свідчать, що збільшується кількість ідентичності самоактуалізованої інтровертної активної людини, що надає певний оптимізм стосовно “дорослішання” українського суспільства [28].

Висновки і перспектива подальших досліджень. Перші спроби розгляду сучасних архетипів приводять до висновку, що “популізм” як явище стає архетипом сучасного світу. Популізм базується на емоційній та нерациональній природі страху та інстинкті самозбереження. У колективному несвідомому закарбувалися всі психологічні травми попередніх поколінь. Саме на цих травмах свідомих і несвідомих ґрунтується соціальне життя, на цих травмах вирощуються та наповнюються нові архетипи, які також стають факторами підсвідомого впливу на діяння цілого покоління людей.

Інструментальною основою популізму є інформаційно-комунікативний світ, який стрімко розвивається. Модернізація країн по всьому світу, спрощений доступ до світових інформаційних мереж і широке вико-

ристання смартфонів дають людям можливість користуватися Інтернетом. Соціальні мережі є одним з найбільш популярних он-лайн-видів діяльності. Засоби масової комунікації у житті сучасного суспільства відіграють важливу та водночас небезпечну роль, замінюючи функцію інформування населення на формування певних поглядів, ідей і думок. Вочевидь, сучасні інформаційні ресурси спрямовані, насамперед, на маніпулювання суспільною свідомістю, яка контролюється урядами різних країн, власниками телевізійних каналів і використовується як пропагандистська зброя.

В Україні ґрунт для розвитку та процвітання архетипу “популізму” є дуже плідним, оскільки наше суспільство має травму і в третьому і в другому поколінні та переживає посттравматичний психологічний синдром голодомору, репресій, втрати державності, російської агресії на сході України. За таких умов архетип популізму під час демократичних виборчих перегонів нарощуватиме свій підсвідомий вплив.

Водночас при моніторингу соціальних змін соціологи фіксують запит суспільства на зміни та потребу самоактуалізованої інтровертної активної людини.

Слід зауважити, що сучасні архетипи, зокрема “демократії” та “популізму”, недостатньо вивчені й дозволяють долучитися до їх дослідження ще не одному поколінню науковців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Джудіс Дж. Б.* Великий вибух популізму / Джон Б. Джудіс. — Х. : Клуб сімейного дозвілля, 2017. — 92 с.
2. *Беккер І.* Вибори під знаком популізму [Електронний ресурс] / І. Беккер // Віче. — 2015. — № 17. — С. 22–23. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2015_17_13
3. *Дем'яненко М. М.* Популізм в демократичному суспільстві: особливості використання та сприйняття [Електронний ресурс] / М. М. Дем'яненко // Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. — 2013. — Вип. 3. — С. 93–96. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_FP_2013_3_24
4. *Кавка В. В.* Популізм як ефективна політична технологія сучасних виборчих процесів в Україні [Електронний ресурс] / В. В. Кавка // Гілея: наук. вісн. — 2015. — Вип. 102. — С. 406–409. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_102_108
5. *Кіянка І. Б.* Популізм як знаряддя харизматичних лідерів [Електронний ресурс] / І. Б. Кіянка // Вісн. Дніпропетров. ун-ту. — Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. — 2015. — № 5. — С. 95–100. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdufsp_2015_5_14
6. *Кіянка І. Б.* Популізм в контексті державного управління: приклад Білорусі [Електронний ресурс] / І. Б. Кіянка // Демократичне врядування. — 2016. — Вип. 16–17. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2016_16-17_6
7. *Хома Н. М.* Теле- та інтернет-популізм (на прикладі італійських політичних партій) [Електронний ресурс] / Н. М. Хома // Вісн. Маріупол. держ. ун-ту. — Серія : Історія. Політологія. — 2015. — Вип. 13–14. — С. 321–328. — Режим доступу:

- http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ip_2015_13-14_42
8. *Афонін Е. А.* Закономірності та особливості української суспільної трансформації [Електронний ресурс] / Е. А. Афонін, О. В. Суший // Стратегічна панорама. — 2015. — № 1. — С. 94–108. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stra_2015_1_14
 9. *Суший О. В.* Динаміка політичних і психологічних процесів у сучасній Україні [Електронний ресурс] / О. В. Суший // Наук. студії із соц. та політ. психології. — 2015. — Вип. 35. — С. 61–76. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2015_35_8
 10. *Сибиряков С.* Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість / С. Сибиряков // Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. пр. Асоціації докторів наук з держ. упр. — Х. : ДокНаукДержУпр, 2013 — Вип. № 1 (13). — С. 202–210.
 11. *Донченко О.* Раціоналізація архетипу консолідації і злагоди у політичній практиці [Електронний ресурс] / О. Донченко // Публічне упр.: теорія та практика. — 2014. — Вип. 2 (спец. вип.). — С. 77–85. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubpr_2014_2\(spets\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubpr_2014_2(spets))
 12. *Маффесолі М.* Час племен. Занепад індивідуалізму у постмодерному суспільстві / М. Маффесолі. — К. : Вид. дім “Києво-Могилян. акад.”, 2018 — 264 с.
 13. *Gilbert Durand.* *Beaux-arts et archétypes. La religion de l'art*, Paris, P.U.F., 1989.
 14. *Леві-Строс К.* Первісне мислення / К. Леві-Строс. — К. : Укр. центр духовної культури, 2000. — 324 с.
 15. Структура личности по Юнгу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sites.google.com/site/tohabiblio/the-team/analiticeskaa-teoria-unga/struktura-licnosti-po-ungu>
 16. *Покальчук О.* Тремтячі еліти / О. Покальчук. — К. : Форзац, 2011. — 168 с.
 17. *Dahl Robert A.* Democracy // Encyclopaedia Britannica. — Режим доступа: <https://www.britannica.com/topic/democracy>
 18. *Dale A. Bertelsen.* Media form and government: Democracy as an archetypal image in the electronic age / Bertelsen Dale A. // *Communication Quarterly*, 1992. — № 4 (40). — С. 325–337, DOI: 10.1080/01463379209369849
 19. *Бард А.* Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / А. Бард, Я. Зодерквист; пер. с швед. — СПб. : Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 252 с.
 20. *Лашкіна М.* Нетократія / М. Лашкіна // Політологія: навч. енцикл. слов.-довід. для студ. вищ. навч. закл. I–IV рівнів акредитації ; за наук. ред. Хоми Н. М. [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. — Л.: Новий Світ – 2000, 2014. — С. 436.
 21. Number of internet users worldwide from 2005 to 2018 (in millions). — Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
 22. *Бельська Т. В.* Глобальне громадянське суспільство: сутність, генеза та вплив на державну політику України : монографія / Т. В. Бельська. — К. : ВАДНД, 2016. — 300 с.
 23. *Маффесолі М.* Час племен. Занепад індивідуалізму у постмодерному суспільстві / М. Маффесолі. — К.: Вид. дім “Києво-Могилян. акад.”, 2018. — 264 с.
 24. *Джудіс Джон Б.* Великий вибух попудізму / Дж. Б. Джудіс. — Х.: Клуб сімейного дозвілля, 2017. — 192 с.
 25. *Налевайко Эва.* Политический попудизм и социальный страх [Элек-

тронний ресурс] / Эва Налевайко // Социология. — 2009. — № 4. — С. 36–48. — Режим доступа : http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/7752/1/pages%20from%20Социология_2009_№4.36-49.pdf

26. Володимир Паніотто: вибори, закон про мову і томос в один рік можуть дуже розхитати суспільство [Електронний ресурс] // Укр. правда. — 2019. — 4 лют. — Режим доступу : <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/02/4/7205638/>
27. *Bikus Zach* (2019). World-Low 9 % of Ukrainians Confident in Government [Electronic resource]. — Mode of access: https://news.gallup.com/poll/247976/world-low-ukrainians-confident-government.aspx?g_source=link_NEWSV9&g_medium=N E W S F E E D & g_campaign=item_&g_content=World-Low%25209%2525%2520of%2520Ukrainians%2520Confident%2520in%2520Government
28. *Афонін Е. А.* Закономірності та особливості української суспільної трансформації / *Е. А. Афонін, О. В. Суший* // Стратегічна панорама. — 2015. — № 1. — С. 94–108. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stpa_2015_1_14

REFERENCES

1. *John B. Judis* (2017). The Populist Explosion. Khakiv: Klub simeynoho dozvillya [in Ukraine].
2. *Becker I.* (2015). Vybery pid znakom populizmu [Elections under the sign of populism]. *Veche*, 17, 22–23, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2015_17_13 [in Ukraine].
3. *Demyanenko M. M.* (2013). Populizm v demokratychnomu suspil'stvi: osoblyvosti vykorystannya ta spryynyatya [Populism in a Democratic Society: Features of Use and Perception].

Visnyk Kyyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka — Bulletin of the Taras Shevchenko National Taras Shevchenko University. Philosophy. Politology. Issue 3, 93–96, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_FP_2013_3_24 [in Ukraine].

4. *Kavka V. V.* (2015). Populizm yak efektyvna politychna tekhnolohiya suchasnykh vyborchykh protsesiv v Ukrayini [Populism as an Effective Political Technology of Contemporary Election Processes in Ukraine]. *Hileya: naukovyy visnyk — Gilea: Scientific Bulletin*. Issue 102, 406–409, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_102_108 [in Ukraine].
5. *Kyyanka I. B.* (2015). Populizm yak znaryaddya kharyzmatychnykh lideriv [Populism as an instrument of charismatic leaders]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya : Filosofiya. Sotsiolojiya. Politolohiya — Bulletin of the University of Dnipropetrovsk. Series: Philosophy. Sociology. Politology*, 5, 95–100, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdufsp_2015_5_14 [in Ukraine].
6. *Kyyanka I. B.* (2016). Populizm v konteksti derzhavnogo upravlinnya: pryklad Bilorusi [Populism in the Context of Public Administration: An Example of Belarus]. *Demokratyчне vryaduvannya — Democratic Governance*. Issue. 16–17, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2016_16-17_6 [in Ukraine].
7. *Homa N. M.* (2015). Tele- ta internet-populizm (na prykladi italiys'kykh politychnykh partiy) [Tele- and Internet Populism (on the Example of Italian Political Parties)]. *Visnyk Mariupol's'koho derzhavnogo universytetu. Seriya : Istoriya. Politolohiya — Bulletin of the Mariupol State University. Series: History. Politology*. Issue 13–14, 321–328, available at :

- http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ip_2015_13-14_42 [in Ukraine].
8. *Afonin E. A., Sushii O. V.* (2015). Zakonomirnosti ta osoblyvosti ukrayin's'koyi suspil'noyi transformatsiyi [Patterns and Peculiarities of the Ukrainian Social Transformation]. *Stratehichna panorama — Strategic Panorama*, 1, 94–108, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stpa_2015_1_14 [in Ukraine].
 9. *Sushii O. V.* (2015). Dynamika politychnykh i psykholohichnykh protsesiv u suchasniy Ukraini [Dynamics of Political and Psychological Processes in Contemporary Ukraine]. *Naukovi studiyi iz sotsial'noyi ta politychnoyi psykholohiyi. — Scientific Students on Social and Political Psychology*, Issue 35, 61–76, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2015_35_8 [in Ukraine].
 10. *Sibiriyakov S.* (2013). Sotsial'ni media yak seredovyshe arkhetypnoho vplyvu na masovu svidomist' [Social media as a medium of archetypal influence on the mass consciousness]. *Publichne upravlinnya: teoriya ta praktyka: zbirnyk naukovykh prats' Asotsiatsiyi doktoriv nauk z derzhavnoho upravlinnya. — Public Administration: Theory and Practice: a collection of scientific works of the Association of Doctors of Science in Public Administration. — Kharkiv: Vyd-vo "DokNaukDerzhUpr"*, 13:1, 202–210 [in Ukraine].
 11. *Donchenko O.* (2014) Ratsionalizatsiya arkhetypu konsolidatsiyi i zlahody u politychniy praktytsi [Rationalization of the Archetype of Consolidation and Accord in Political Practice]. *Publichne upravlinnya: teoriya ta praktyka — Public Administration: Theory and Practice*, Issue 2 (special edition), 77–85, available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2014_2\(spets\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2014_2(spets)) [in Ukraine].
 12. *Maffesoli M.* (2018). Chas plemen. Zanepad indyvidualizmu u postmodernomu suspil'stvi [Time of tribes. The decline of individualism in post-modern society]. Kyiv : Vyd. dim "Kyievo-Mohylyans'ka akademiya" [in Ukraine].
 13. *Gilbert Durand* (1989). *Beaux-arts et arch'types. La religion de l'art*, Paris, P.U.F. [in France]
 14. *Levi-Stros K.* (2000). *Pervisne myslennya* [Initial Thinking]. Kyiv: *Ukrayin's'kyy tsentr dukhovnoyi kul'tury* [in Ukraine].
 15. Jung's personality structure, available at : <https://sites.google.com/site/tohabiblio/the-team/analiticeskaa-teoria-unga/struktura-licnosti-po-ungu>
 16. *Pokalchuk O.* (2011). *Tremtyachi elity* [Trembling Elites]. Kyiv: *Forzats* [in Ukraine].
 17. *Dahl Robert A.* *Democracy*. *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/democracy>
 18. *Dale A. Bertelsen* (1992). *Media form and government: Democracy as an archetypal image in the electronic age*. *Communication Quarterly*. 40:4, 325–337, DOI: 10.1080/01463379209369849
 19. *Bard A. and Zoderkvoist Y.* (2004) *Netokratyya. Novaya pravyashchaya elyta y zhyzn' posle kapytalyzma* [Netocracy. New ruling elite and life after capitalism] *St. Petersburg : Stockholm School of Economics in St. Petersburg* [in Russian].
 20. *Lashkina M.* (2014). *Netocrathiya. Political Science: An Encyclopedic Dictionary of Encyclopedic Dictionaries for Students of Higher Educational Institutions of the I-IV Levels of Accreditation*. Lviv: *Novyy Svit* – 2000, p. 436 [in Ukraine].
 21. Number of internet users worldwide from 2005 to 2018 (in millions). Retrieved from <https://www.statista>.

- com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/
22. *Bielska T. V.* (2016). Hlobal'ne hromadyans'ke suspil'stvo: sutnist', heneza ta vplyv na derzhavnu polityku Ukrayiny [Global Civil Society: The Essence, Genesis and Influence on Ukraine's State Policy]. Kyiv: VADND [in Ukraine].
 23. *Maffesoli M.* (2018). Chas plemen. Zanepad indyvidualizmu u postmodernomu suspil'stvi [Time of tribes. The decline of individualism in post-modern society]. Kyiv : Vyd. dim "Kyyevo-Mohylyans'ka akademiya" [in Ukraine].
 24. *John B. Judis* (2017). The Populist Explosion. Khakiv: "Klub simeynoho dozvillya" [in Ukraine].
 25. *Nalevaiko Eva* (2009). Polytycheskyy populyzm y sotsyal'nyy strakh [Political populism and social fear]. *Sotsyolohyya – Sociology*, 4, 36–48, available at : http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/7752/1/pages%20from%20Социология_2009_№4.36-49pdf.pdf [in Belarus].
 26. Volodymyr Paniotto: vybory, zakon pro movu i tomos v odyh rik mozhut' duzhe rozkhytaty suspil'stvo [Volodymyr Paniotto: Elections, the law on language and tomos in one year can very frustrate society]. *Ukrainska pravda*. February 04, 2019, available at : <https://www.ppravda.com.ua/articles/2019/02/4/7205638/> [in Ukraine].
 27. *Bikus Zach* (2019). World-Low 9 % of Ukrainians Confident in Government. *news.gallup.com*. Retrieved from https://news.gallup.com/poll/247976/world-low-ukrainians-confident-government.aspx?g_source=link_NEWSV9&g_medium=NEWSFEED&g_campaign=item_&g_content=World-Low%25209%2525%2520of%2520Ukrainians%2520Confident%2520in%2520Government
 28. *Afonin E. A., Sushii O. V.* (2015). Zakonomirnosti ta osoblyvosti ukrayins'koyi suspil'noyi transformatsiyi [Patterns and Peculiarities of the Ukrainian Social Transformation]. *Stratehichna panorama – Strategic Panorama*, 1, 94–108, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stpa_2015_1_14 [in Ukraine].