

УДК 316.012.177

Новаченко Тетяна Василівна,

доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри публічної політики та політичної аналітики Національної академії державного управління при Президентові України, 03057, м. Київ, вул. Антона Цедіка, 20, тел.: +38 (097) 421 05 48, e-mail: tatnov9@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-6812-5342

Новаченко Татьяна Васильевна,

доктор наук по государственному управлению, доцент, профессор кафедры публичного управления и политической аналитики Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, 03057, г. Киев, ул. Антона Цедика, 20, тел.: +38 (097) 421 05 48, e-mail: tatnov9@yahoo.com

Novachenko Tetiana Vasyliivna,

Doctor of Science in Public Administration, Associate Professor, Professor, of the Department of Public Policy and Political Analytics National Academy of Public Administration, Office of the President of Ukraine, 03057, Kyiv, Str. Antona Tsedika, 20, tel.: +38 (097) 421 05 48, e-mail: tatnov9@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-6812-5342

DOI <https://doi.org/10.31618/vadnd.v1i14.110>



КОНКУРЕНЦІЯ УЯВЛЕНЬ ЦІННІСНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ЩОДО СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Анотація. Проаналізовано конкуренцію уявлень ціннісних альтернатив щодо соціально-політичної реальності України в контексті архетипного підходу. Вивчення окресленої проблеми ґрунтується на працях французьких вчених-соціологів — Жильбера Дюрана та Мішеля Маффесолі, а також наукових доробках учених української школи архетипіки. Відповідно до змін психосоціальної природи сучасного суспільства і людини доведено доцільність застосування архетипного підходу щодо розуміння соціально-політичних феноменів, процесів, а також характерів і типів управлінців. Архетипи через уяву, символи й образи надають можливість побачити багатоманітність, множинність соціально-політичного життя цілісно, без домінування тих чи інших його сторін.

Наголошується, що соціальна система будь-якого масштабу передбачає існування системи певних цінностей, що розділяються більшістю в суспільстві, оскільки саме в них містяться відповіді, які дає певне суспільство на фундаментальні світоглядні проблеми. Так, в епоху Постмодерну виявляється характерна для цього часу ціннісна смислова структура множинності з пріоритетом самореалізації особистості та розширенню сфери її індивідуального вибору. Значущу роль у цьому процесі відіграє символічний капітал — престиж, репутація та імідж, що здебільшого моделюються та підтримуються віртуальною реальністю й ігроізацією. У таких умовах люди не тільки визначають різновиди ідеальних цінностей, конвертуючи їх одна в одну, а зберігають їх у соціальній уяві як імператив, норму, ідеал.

Підтверджено, що будь-які надбання необхідно використовувати, оскільки множинні цінності соціальної уяви, реалізуючись у психосоціальних концептах людей і суспільства, приводять до вироблення громадської думки та солідаризації. Встановлено, що конкуренція множинних ціннісних уявлень є особистісно інтеріоризованими ідеями, які мають надособистісний характер, що впливає на творення соціально-політичної реальності в Україні.

Ключові слова: цінності, уявне, реальне, архетипи, альтернатива, конкуренція, симулякр.

КОНКУРЕНЦИЯ ВООБРАЖЕНИЙ ЦЕННОСТНЫХ АЛЬТЕРНАТИВ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ УКРАИНЫ

Аннотация. Проанализирована конкуренция воображений ценностных альтернатив относительно социально-политической реальности Украины в контексте архетипного подхода. Изучение обозначенной проблемы основывается на трудах французских ученых-социологов — Жильбера Дюрана и Мишеля Маффесоли, а также разработках ученых украинской школы архетипики. Согласно изменениям психосоциальной природы современного общества и человека доказана целесообразность применения архетипного подхода к пониманию социально-политических феноменов, процессов, а также характеров и типов управленцев. Архетипы через воображение, символы и образы дают возможность увидеть многообразие социально-политической жизни целостно, без доминирования тех или иных ее сторон.

Отмечается, что социальная система любого масштаба предполагает существование системы определенных ценностей, разделяемых большинством общества, поскольку именно в них содержатся ответы, которые дает то или иное общество на фундаментальные мировоззренческие проблемы. Так, в эпоху постмодерна проявляется характерная для этого времени ценностная смысловая структура множественности с приоритетом самореализации личности и расширению сферы ее индивидуального выбора. Значимую роль в этом процессе играет символический капитал — престиж, репутация, имидж, который, в основном, моделируются и поддерживаются виртуальной реальностью и игроизацией. В таких условиях люди не только определяют разно-

видности идеальных ценностей, конвертируя их друг в друга, а сохраняют их в социальном воображении как императив, норму, идеал.

Подтверждено также, что любое достояние необходимо использовать, поскольку множественные ценности социального воображения, реализуясь в психосоциальных концептах людей и общества, приводят к выработке общественного мнения и в солидаризации. Установлено, что конкуренция множественных ценностных представлений является личностно-интериоризированными идеями, которые имеют надличностный характер, что влияет на создание социально-политической реальности в Украине.

Ключевые слова: ценности, воображаемое, реальное, архетипы, альтернатива, конкуренция, симулякр.

COMPETITION OF REPRESENTATION OF VALUE ALTERNATIVES TO SOCIO-POLITICAL REALITY OF UKRAINE

Abstract. The article presents an analysis of the competition between the imaginations of value alternatives relative to the socio-political reality of Ukraine in the context of the archetypal approach. The study of this problem is based on the works of French sociologists – Gilbert Durand and Michel Maffesoli, as well as developments of scientists of the Ukrainian school of archetypics. According to the changes in the psychosocial nature of modern society and man, the expediency of applying the archetypal approach to understanding social and political phenomena, processes, and also the characters and types of managers is proved. Archetypes, manifested through imagination, symbols and images, provide an opportunity to see the diversity of socio-political life holistically, without dominating one or other of its sides.

It is noted that a social system of any scale presupposes the existence of a system of certain values shared by the majority of society, since it is in them that the answers that this or that society gives to fundamental worldview problems are contained. Thus, in the epoch of postmodern, the valuable semantic structure of plurality with a priority of self-realization of the personality and expansion of the sphere of its individual choice is characteristic for this time. At the same time, a significant role in this process is played by symbolic capital – prestige, reputation, image, which, in the main, is modeled and supported by virtual reality and igroization. In such conditions, people not only define varieties of ideal values, converting them into each other, but retain them in the social imagination as an imperative, norm, ideal.

It has also been confirmed that any accumulation must be used, since the multiple values of social imagination, realized in the psychosocial concepts of people and society, lead to the development of public opinion and in solidarization. It is established that the competition of multiple value representations is a person-internalized idea that has a transpersonal character that influences the creation of a socio-political reality in Ukraine.

Keywords: values, imaginary, real, archetypes, alternative, competition, simulacra.

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасної соціально-політичної реальності є посилення конкуренції, однак не тільки щодо наявності природних та економічних ресурсів чи використання передових технологій, а й щодо конкурентних переваг, які визначаються ціннісними альтернативами індивідів і суспільств. На сьогодні ця тенденція є визначальною, оскільки пов'язується зі збільшенням ролі людського фактора, зростанням творчих можливостей кожної особистості, а також із розподілом ресурсів, благ і впливів. Вочевидь, що така інтенсивність конкуренції викликає симпатію, антипатію та інші оціночні ставлення одних членів суспільств до інших, що часто-густо призводить до конфліктів, зокрема й політичних. Намагання подолати цей дискомфорт зумовлює необхідність інтеграції ціннісних уявлень системи об'єктивних, суб'єктивних та інтерсуб'єктивних компонентів соціально-політичної реальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явища сучасної соціально-політичної реальності потребують суттєвого концептуального оновлення класичних засад науки державного управління. Відповідно, актуалізується необхідність переосмислення змін множинних ціннісних орієнтирів постмодерного українського суспільства шляхом застосування архетипного підходу. Вагомим внеском у розвиток останнього стали наукові доробки засновника української школи архетипіки Е. Афоніна та чималої кількості науковців-однодумців, дослідження яких дають змогу окреслити грані

розуміння соціально-політичних феноменів, процесів та характерів і типів управлінців.

Наша розвідка ґрунтується також на працях французьких учених, а саме: соціологів Жильбера Дюрана та Мішеля Маффесолі. Так, Ж. Дюран наголошує, що уява є первинною, й саме вона створює внутрішній вимір об'єктів та суб'єктів світу. Зміст уяви вчений поділяє на міфи, архетипи та символи й сюжети [12].

Наукові розробки М. Маффесолі, учня Ж. Дюрана, присвячено проблематиці постмодерної епохи, зокрема наскрізною проблемою його досліджень є феномен уявного, його втілення в соціальних і символічних формах. Учений наголошує, що Постмодернізм після циклу Модернізму повторно відновлює, але на іншому рівні, зв'язок із цінностями Передмодернізму, коли інакшість становить відправну точку соціальних зв'язків. Тому спільну волю, яка понад або поза інтелектуальними конструкціями забезпечує міцність суспільства, ґрунтуючись на силі розуму, тобто на нематеріальній цінності, можна назвати суспільним уявним. Тож, не лише розум, а й емоції, імітації та віруси за сприяння засобів інтерактивного спілкування різного порядку стали нашими щоденними реаліями [13].

Вивчення феномену становлення та розвитку нових соціально-політичних ціннісних орієнтацій залишається предметом досліджень сучасних науковців, що презентовано у монографії дослідників Інституту філософії імені Г. С. Сковороди НАН України "Ціннісні орієнтації сучасного інформаційного суспільства" [7],

дослідженні процесів змін загальнолюдських цінностей у постмодерну епоху “Цінності та постекзистенціалістське мислення” [8], дослідження цінностей як системоутворюючих чинників національної безпеки “Найважливіша цінність для українців — безпека” [9] та найважливіших соціально-гуманітарних цінностей щодо збереження безпеки у суспільно-політичних процесах [10], дослідження феномену авторитету як типу цінності та архетипу [11].

Однак попри те, що науковцями напрацьовано вагомий теоретико-методологічний і науково-прикладний доробок щодо динамічності сучасних процесів, зміни та розвитку системи ціннісних орієнтирів і їх вплив на процеси соціально-політичної реальності, актуалізується застосування архетипного підходу.

Мета статті — обґрунтувати архетипні основи конкуренції уявлення ціннісних альтернатив, визначивши їх вплив щодо соціально-політичної реальності України.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що цінності (анг. “values”) визначаються як етичні ідеали та переконання. За М. Вебером, цінності — це те, що для нас є значущим, на що ми орієнтуємося в своєму житті й що ми беремо до уваги [1]. Як відомо, біля витоків концепції культурно-історичного релятивізму, для якої характерною є ідея множинності рівноправних ціннісних систем, стояв В. Дільтей. Його послідовники (О. Шпенглер, А. Тойнбі, П. Сорокін) для тлумачення ціннісного сенсу культур застосовують персоніфікований (інтуїтивістський) підхід. Так, П. Сорокін, поєднуючи цінніс-

не спілкування, розглядав будь-які взаємодії: по-перше, осіб як суб’єкта взаємодії, по-друге, суспільства як сукупності індивідів, що взаємодіють, по-третє, культури як сукупності значень, цінностей і норм, якими володіють взаємодіючі особи, що об’єктивують, соціалізують і розкривають ці значення [2, с. 429].

У концепції структурно-функціонального аналізу Т. Парсонса “цінності — це складові соціальної системи, загальноприйняті уявлення про бажаний тип соціальної системи” [3, с. 368].

Американською школою соціальної біології запропоновано два різновиди людських цінностей — “первинні” та “вторинні”. Відповідно, перші цінності — це ті, що сформувалися генетично, тобто природжені, а другі — “продукти раціонального мислення”; тобто, первинні цінності зумовлюють мотивацію засвоєння людиною тих чи інших типів вторинних критеріїв. Ця позиція отримала подальшу розробку у Ф. Хайєка, який зазначає, що “ці два різновиди цінностей є єдиними різновидами людських цінностей” [4, с. 183]. Також існує думка про те, що цінності — це не лише матеріальні об’єкти та їх властивості, а й духовні утворення [5, с. 116]. Цінності також визначаються в таких формах існування:

- цінності — ідеал або мрія, що виробляються суспільною психологією та свідомістю й містять у собі уявлення про необхідне та про благо;
- цінності виявляються в об’єктивованій формі — у вигляді витворів матеріальної та духовної культури, людських вчинків і громадських ру-

хів, що є втіленням певних ціннісних ідеалів — політичних, економічних, етичних тощо;

- соціальні цінності, переломлюючись через призму індивідуальної життєдіяльності та досвіду, входять до психологічної структури особистості як персоніфіковані цінності, які виступають важливим джерелом мотивації поведінки індивідів [6, с. 4].

Сучасні вітчизняні дослідники С. Пазенок, В. Лях та О. Соболь роблять наголос на процесі формування “нових” цінностей сучасності, таких як потреба в безперервній освіті, креативному, інноваційному способі мислення та продуктивної діяльності, толерантності, солідаризму, формування почуття власної гідності, співчуття тощо [7].

Отже, цінності виконують найважливіші регулятивні функції в суспільстві. Важливість цих функцій важко переоцінити, оскільки ціннісна предметність є засобом існування людини, адже вона живе в середовищі, яке ми своєю практичною діяльністю наділяємо властивістю бути цінністю, й лише в цьому середовищі людина здатна жити саме як людина.

Таким чином, у згаданих вище інтерпретаціях поняття “цінність” визначається їх загальна значущість. Однак сфера панування цінностей протиставляється світу природи, де існують закони, які свідчать про те, що є і мусить неминуче бути, цінності ж говорять про те, як має бути правильно, тобто цінності становлять інший модус буття, від якого віє ілюзорність. Але ж відомо, що цивілізація живе, доки є непорушними право, норми, традиції та моральні закони. Соціальна система будь-яко-

го масштабу передбачає існування системи певних цінностей, що розділяються більшістю в суспільстві. У них містяться відповіді, які дає певне суспільство на фундаментальні світоглядні проблеми: ким є людина, відносини між нею та природою, визначення як вищої цінності певного виміру часу (минуле, сучасне й майбутнє), якими є ієрархізація видів людської діяльності, сприйняття та оцінювання існуючих суспільних відносин і соціального ладу.

В епоху Постмодерну виявляється характерна для цього часу ціннісна смислова структура множинності, надається пріоритет самореалізації особистості, розширенню сфери індивідуального вибору. У таких умовах люди не тільки визначають різновиди ідеальних цінностей, конвертуючи їх одна в одну, а зберігають їх у соціальній уяві як імператив, норму, ідеал. М. Маффесолі наголошує, що це — “закон братів”, де колективні знання та ритуали, пов’язані з цими знаннями, вступають у взаємодію з метою утворення міцних соціальних зв’язків [13].

Поняття “ідеал” походить від лат. “idealis”, грец. “Ιδέα” — образ, ідея, вища цінність. Добре відомо, що ідеалом ми називаємо уявлення про найдосконаліші предмети та явища; ідеал — це найвища мета, до якої прагнуть люди. Очевидно, що слово “ідеальний” означає “найкращий”, “найдосконаліший”. Утіленням наших уявлень про досконалу людину є її фізичні, естетичні, розумові та моральні якості. В усі часи люди прагнули визначитися, яким є ідеальний набір чеснот. Безсумнівними моральними ідеалами для багатьох

людей є Ісус Христос, Будда чи Мухаммед, яким притаманні найкращі моральні якості: жертвовність, милосердя, мужність, сміливість, всепрощення, мудрість і безкорислива любов, що є символами духовності та гуманізму, який ґрунтується на визнанні людини найвищою цінністю. У цих постатях риси ідеальної людини поєднуються з божественністю, до якої так прагнуть люди у своєму намаганні бути кращими. Ідеальними посталями людства є також святі, пророки, провідники та подвижники.

На чотирисотлітньому шляху до незалежності Україна мала кілька типів яскравих особистостей. Це Богдан Хмельницький з усіма рисами вождя, який став засновником нації і держави, Тарас Шевченко — пророк і провідник у царині духу, Іван Франко — подвижник, який підніс українське. Добре відомо, що у колективному досвіді українців є й інші приклади ідеальних постатей — носіїв кращих моральних якостей, високих взірців певної чесноти чи здібностей: це козак Мамай, Байда, Самійла Кішка та ін. Однак у поглядах на ідеали немає одностайності — одні вважають ідеальним таке суспільство, де всі забезпечені матеріально, інші обстоюють думку, що в ідеальному суспільстві кожен має можливість розвинути свої здібності, творчо працювати й бути щасливим.

Важливим є зауваження Е. Фромма, який наголошує на необхідності відрізнити справжні ідеали від підроблених. Усі справжні ідеали мають одну спільну рису — вони прагнуть до чогось такого, що ще не досягну-

то, але є необхідним для демократичного розвитку та, що найголовніше, безпримусового співіснування індівідів. На нашу думку, розвиток демократичних суспільств полягає не в тому, щоб зіштовхувати між собою універсальне й особливе, а в тому, щоб жити в напруженні, яке на сьогодні реально існує між ними, однак не відмовляючись від жодного з них, оскільки зміна основних понятійних характеристик зумовлює трансформацію уявлень про цінності загального та специфічного.

Так, у своєму науковому доробку “Антропологічні структури уяви” (Ж. Дюран) на основі ідей К.-Г. Юнга про колективне несвідоме (архетипи) вводить у науковий обіг поняття *l’imaginaire* — уявний, вкладаючи у нього такі смисли: уява, як здатність (інстанція); уявне, що штучно відтворюється через фантазію; виток (джерело) вияви фантазії; процес уяви; щось, що є спільним для усього. Ж. Дюран наголошує, що уява є первинною, оскільки саме вона створює внутрішній вимір суб’єктів та об’єктів зовнішнього світу. При цьому вчений окреслює самостійний феномен — *trajet anthropologique* — антропологічна подорож — траект, що перебуває між суб’єктом та об’єктом [12]. Тобто, соціальна свідомість і колективне несвідоме відбуваються, виявляються завдяки людині. Отже, відповідно до того, що суспільство є загальним соціальним траектом, можна говорити про збереження ідеальних цінностей у соціальній уяві. Однак добре відомо, що будь-які накопичення необхідно використовувати, тому множинні цінності соціальної уяви, реалізуючись

у психосоціальних концептах людей і суспільства, призводять до єдності, яка, на думку М. Маффесолі, не має нічого спільного з однастайністю. Це єдність протилежностей, у самій напрузі в якій вже містяться сила та суть людського існування.

З тих пір інакшість становить відправну точку соціальних зв'язків. Первинним є не усвідомлення себе й таким чином — світу, а зовнішнє відносно себе, причому “себе” є більш широким — таким, в якому міститься природний і соціальний світ — “екософія” як вселенська мудрість, мудрість незаперечної та граничної світської даності. Екософія виявляється у взаємодії, в реверсивній здатності та в інших, так би мовити, “опертях”; вона — форма постмодерністської єдності, сполученості. Бути поєднаним з іншим, хто відрізняється за природою (космос), за общиною (мікрокосмос), за релігійною (макрокосмос) ідентичністю. Сполученість, об'єднаність, що виявляється у відчутті належності, емоцій і колективному обуренні, тобто процесу співпереживання, численні вияви якого можна спостерігати під час різних масових заходів (спортивних, музичних, релігійних чи політичних) [13].

Отже, під час таких суспільних практик використовується весь ціннісний потенціал людей, тому в такій палітрі можливостей, що відкриваються, відбувається й фіксується як ідеал, як синтез бажань і потреб те, що слід здійснити та що відповідає індивідуальним та колективним цінностям. Здійснюючись усвідомлено, цей ідеал-уява, відтворюється з покоління у покоління, підносячись

духовно-моральними нормами в пріоритети розвитку реальних соціально-політичних цінностей, закріплюючись у колективному несвідомому як сукупності первісних вроджених мотивів, що складають зміст “архетипу”. При цьому його ціннісна природа характеризується певним особливим впливом або силою, завдяки якій архетип зачаровує або спонукає до дії, вчинків тощо.

Як зазначалося, Постмодернізм має імпульсивний, вибухоподібний характер процесу, спрямованого всередину, який можна пов'язати з “тріумфом” особистісної індивідуальності, що відбувається на тлі її внутрішнього пробудження — усвідомлення своєї відповідальності за процеси, що відбуваються в суспільстві та державі. Постмодерна доба замість віри в однозначність прогресивного соціального розвитку відроджує образ циклічності соціально-історичного часу як нову тенденцію в культурному та психосоціальному самоусвідомленні розвинених суспільств, де сприйняття, заперечення й протистояння проявляються повною мірою. Відповідно, актуалізується думка Е. А. Афоніна про те, що нові явища постмодерної соціально-психологічної формації потребують суттєвого концептуального оновлення класичних засад науки державного управління шляхом застосування архетипного підходу [14].

Вочевидь, що у такій динаміці найбільш гідними й авторитетними членами соціуму мають виступати ті, хто найбільш повно концентрує в собі зразкову людину, спільний інтерес, колективні уявлення та суспіль-

ну волю, що закріплюються у змісті колективного несвідомого. За цих умов конкуренцію ціннісних уявлень багато в чому формують засоби масової інформації, використовуючи знаки й символічні образи, що дозволяє творити політичний символічний капітал — престиж, репутацію, імідж.

Про політичний престиж (від фр. “prestige” — авторитет, повага) заговорили в кінці XIX ст. Його вплив ґрунтувався на повазі та захопленні співгромадян. Це явище може пояснюватися своєрідним рухом моди як результат наслідування політику-взірцю. Подальші дослідження показали, що людина дійсно схильна ідентифікувати себе з тим, хто має соціальний престиж, що зумовлювало прагнути до одержання престижної професії, запозичувати смаки й думки його носіїв. Закріплюючись у стереотипі, цей образ переноситься спочатку на всю професійну діяльність, а потім на її типових представників, формуючи престижні оцінки. Процес формування престижних оцінок є результатом складної взаємодії двох факторів: оцінювання професійної діяльності політика суспільством і групами, а також формування оцінок окремими індивідами. Якщо образ політика має виражене негативне забарвлення, то підвищення престижу його діяльності нерозривно пов’язується з руйнуванням стереотипу, що сформувався, якщо ж позитивне — то з необхідністю його підтримування. Проте і перше, й друге можуть бути нестабільними й тимчасовими.

Спільний смисл закладено у поняттях “авторитет” (нем. Au-

torität, від лат. *auctoritas* — “влада”, “вплив”) і “репутація”, (франц. *reputation*, від лат. *reputatio* — “роздум”, “міркування”), оскільки репутація й авторитет як суспільні явища функціонально пов’язуються з таким поняттям, як довіра, яке допомагає особам скорочувати у часі процеси формування авторитету та репутації. Тож, політик може мати переваги, якщо він характеризується позитивною репутацією, яка вимагає миттєвого встановлення й, акумулюючись у реальний образ, дає можливість скоротити дистанцію у взаємодії між людьми.

На відміну від репутації, існує її нереальний образ — імідж (англ. “image” від лат. “*imago, imitari*” — імітувати) — штучна імітація або відтворення будь-якого образу, об’єкта, особливо особи. Імідж політика — це думка про нього, що виникла у людей у результаті сформованого в їх психіці образу цієї людини, який утворився внаслідок прямого їх контакту з цією людиною або внаслідок отриманої про неї інформації від інших людей. Імідж — уявний образ дійсності, що стійко відтворюється в індивідуальній або масовій свідомості, подоба, копія, символ, зразок, характеристика об’єкта, представлена в рекламі та здатна програмувати певну поведінку людей. Відповідно до згаданих визначень, поняття “імідж” асоціюється з таким засобом комунікації, як маніпуляція. Маніпуляція — спосіб впливу на людей через програмування їх поведінки. Цей вплив здійснюється приховано й має за мету змінити думки, мотиви та цілі людей і їх поведінку у потрібному напрямі. Маніпулятивний

характер іміджу виявляється у тому, що в деяких випадках треба змінювати не характер людини або її погляди, а враження, яке вона справляє, а це часто-густо залежить від ЗМІ. Один із перших теоретиків іміджу Н. Макіавеллі визначав його сенс як уміння вибудовувати міжособистісні комунікації, прогнозуючи реакції з боку інших людей і співвідносячи свої дії з цими реакціями. Отже, в процесі іміджування — низки навмисно побудованих моделей поведінки — встановлюється позитивна інтеракція.

Нинішнє соціально-політичне та духовне життя стало театральним, де важко відшукати істину чи реальність, оскільки здебільшого замість них володарюють шоу-політика, шоу-правосуддя й шоу-культура. Таке відчуття театральної прозорості, нереальності життя виявилось у 80-х роках ХХ ст., і воно ж стимулювало процеси переосмислення індивідуальної особистості у постмодерному суспільстві.

Зазвичай люди, зокрема й політики, вибирають собі ролі, які їм близькі в цьому сенсі, однак це не повний образ вибраної ролі, оскільки є ще зворотний бік, що стосується несвідомого й називається Тінню. Тінь — це підсвідомі бажання, несумісні із соціальними стандартами, це якийсь нижчий рівень свідомості відносно сучасного суспільства, і це хтось, хто хоче робити те, чого людина собі не дозволяє. Часто-густо людина підозрює в собі цю чужу особистість, коли, ввійшовши в раж, потім виправдовує себе: “Це не я, на мене немов падає така пала”. А те, що на неї “пало”, — це первісна, неконтрольована, тварин-

на частина особистості — Тінь. Інакше кажучи, віртуальна реальність, гра може виявляти “тінь” людини й таким чином ставати її “доповненням” через створення чи знищення віртуального образу та перенесення його в реальний.

Отже, відбувається заміщення, вказування на інше — те, що є невидимим, але що може бути припущене. Інакше кажучи, знак, символ — це начебто відсутність реальності, але водночас і існування реальності — уявної, віртуальної.

Знаки, образи й символи Ж. Бодріяр називає “симулякри” й трактує їх як символи самодостатньої реальності. Учений вважає, що симулякри розповсюдились на всі сфери суспільного життя та стали реальностями. Тож, світ, в якому ми живемо, замінено на копію світу, в якій ми знаходимо тільки штучні стимули — симулякри й нічого іншого. Проте, симулякр — це зовсім не те, що приховує істину — це істина, яка приховує, що її немає. Симулякр — істина [15]. Ж. Бодріяр упевнений, що переважна більшість цінностей, що з’явилися останніми десятиліттями, є ні чим іншим, як симулякрами — чи то йдеться про популярного політика, чи то про нову марку питної води. Витоки слова “симулякри” містяться в понятті “копія копії”, введеного ще Платоном, яке вказує на те, що багаторазове копіювання зразка призводить до втрати ідентичності образу. Відповідно до зазначеного симулякри набувають автономного смислу, який не збігається з реальністю. Однак у сучасному суспільстві вони сприймаються завдяки тому, що

реальність замінюється знаками, і в такий спосіб утверджується ілюзія реальності. Тож, істиною є те, що людина живе у знаковому середовищі, в оточенні образів та імітацій, які в сучасному суспільстві сприймаються завдяки асоціаціям з конкретними об'єктами, явищами та подіями. Інакше кажучи, заміна реальності знаками реального надає можливість існувати ілюзії реальності. Рух у цьому напрямі призвів до повної незалежності знака-символу від реальності, до гіперреальності, що є поняттям постмодерністської філософії й означає уявний світ свідомості, яка не здатна відрізнити дійсність від фантазії. Підкреслимо, що гіперреальність — це світ, в якому переважають симулякри — самодостатні знаки-символи, які вже не віддзеркалюють зовнішню реальність, не відсилають до предмета, тепер вони — єдина реальність. Із такого розуміння можна зробити висновок, що будь-яка реальність стане відсутньою, навпаки, вона наповнюється якісно новим змістом, який створює людина. Далеко не завжди існує можливість висловити словами все те, що ми відчуваємо та розуміємо. Є цінності, стани та події, суть яких неможливо “розкласти по полицях”, пояснити раціонально, оскільки в глибинах людської душі “живе” колективне несвідоме — архетипи, первинні природні образи, ідеї й переживання, властиві людині як суб'єктові колективного несвідомого, які містять у собі “тисячу й один” зміст ціннісних переживань і таємниць, які будь-якої миті можуть реалізуватися, акумулювавшись в уяві — ідеалі, образі чи символі.

У своїй книзі “Проблеми душі нашого часу” К. Г. Юнг пише про те, що розуміє під символом не алегорію чи простий знак, а деякий образ, який повинен, наскільки це можливо, схарактеризувати всього лише невиразно передбачувану природу духу. Символ не передбачає й не пояснює, а показує через самого себе ще й на той, що лежить осторонь, незрозумілий, лише невиразно передбачуваний сенс.

Отже, архетипи, проявляючись через уяву, символи й образи, надають можливість побачити багатоманітність, множинність соціально-політичного життя цілісно, без домінування тих чи інших його сторін. Знаки-символи, образи й моделі є природним для людини, а ілюзія — одна з граней її світогляду, яка з успіхом перетворює моделі на реальність, а реальність — на моделі. Тож, у такій соціальній динаміці постають інші можливості — “знімання копій з оригіналу”, коли копія є не гіршою за оригінал. У такий спосіб відбувається тиражування, і конкуренція цінностей, представлених символами, начебто втрачає реальність. Однак “віртуальна реальність”, що викликає ілюзію, дає можливість створювати необхідний символічний капітал — репутацію, престиж, імідж. Очевидно, що можливість вибору є позитивною подією, але такою, що створює складність. Проте затребуваність віртуальної реальності допомагає подолати цю складність, оскільки творчість сучасного суспільства визначається не виробництвом, а споживанням (через його образи, манери та стилі).

Споживання може відбуватися через ігроізацію — впровадження прин-

ципів “гри” та її елементів у прагматичні соціально-політичні життєві стратегії [16, с. 156]. У поняттях “гра” й “ігроізація” є відмінності. Так, перша — це те, що не по-справжньому, формально; в грі беруть участь зазвичай люди близькі за віком і лише одного соціального статусу, для неї визначається час. В ігроізацію втягуються всі прошарки людей, вона залучається в трудову діяльність. Так, політики стають ігровими образами — героїв, рятувальників, лідерів, вождів тощо. І вони починають гратися, хто на чому й хто у що: хтось купається в ополонці, хтось із вилами з’являється в аеропорту, а хтось закликає підірвати Верховну Раду, щиро вірячи у те, що завдяки насиллю можна змінити життя на краще.

Останнє проаналізуємо в контексті окресленої мети цієї розвідки. Як уже зазначалося, цінності є одним з первинних факторів, які визначають вектор розвитку суспільства, впливаючи на якість політиків, а деякі з них у результаті впливу ззовні або у процесі значних історичних потрясінь можуть якісно випереджати свій час. Однак українське суспільство демонструє здебільшого цінності, несумісні з розвитком країни: лояльність до корупції, сприйняття влади як інструменту особистого збагачення, низьку громадянську участь, нетерпимість до меншин, почуття нещасливості, вузький радіус довіри тощо.

Логіка наших умовиводів потребує звернення до характеристики поняття “довіра” як одного з основних джерел політичної думки, важливий фактор, що визначає політичну обстановку в суспільстві та політичну атмосферу країни. Довіра

утворює ідеальний духовний простір політики й влади, заповнюючи їх етичними моральними оцінками, створює соціально-психологічний простір настроїв і громадянських позицій стосовно політики та влади. Однак результати досліджень щодо феномену довіри, зокрема ставлення до інститутів представництва інтересів громадян, відображає невтішні результати. Так, 35 % громадян із вищим рівнем доходів найбільше у плані представництва їх інтересів у суспільних процесах довіряють громадським організаціям і найменше — політичним партіям (8 %) та окремим політикам (7 %). Жителі центру також більше довіряють представляти свої інтереси громадським організаціям (24 %), ніж партіям (17 %). Рівень довіри до профспілок як до потенційного представника інтересів громадян у суспільних процесах не виглядає надто високим. Відносна більшість (46 %) громадян не бачить в Україні політичних лідерів, які б могли ефективно керувати країною. Майже половина (49 %) громадян не бачить таких політичних партій і рухів, яким можна довірити владу. При цьому в усіх регіонах і серед різних соціально-демографічних груп частка тих, хто не бачить у країні політичних лідерів, здатних ефективно керувати країною, і партій, яким можна довіряти владу, перевищує частку тих, хто їх бачить. Виняток становлять лише Захід, де частки тих, хто не бачить лідерів, і тих, хто їх бачить, є рівними, та група старших за віком (60 років і старше), де дещо більше тих, хто бачить у країні ефективних політичних лідерів (47 % проти 42 %). Такий стан громадської

думки може бути наслідком як зникнення “старих”, звичних раніше політичних сил після подій 2014 р., так і розчарування значної частки суспільства в нових “постмайданних” партіях, рухах та лідерах [17, с. 8–9]. Зазначений фрагмент дослідження пояснює, хоча й не повною мірою, запит частини українського суспільства щодо підтримки закликів застосування насильства.

Як відомо, К. Г. Юнг виокремив шість головних архетипів, серед яких значущу роль відіграє архетип Дитини, який доволі часто виникає у міфах, казках і фольклорі, в яких, крім немовляти Ісуса, є безліч сюжетів із дітьми, які спочатку мають у собі “божественну” цінність. При цьому образ-символ “Ображеної дитини” є одним з найбільш стійких образів світової літератури, в якій найчастіше йдеться про негативні впливи на дитину, яка зазвичай потребує допомоги дорослого. Ще одним боком цього архетипу є смерть дитини або її мертвонародженість, що символізує відсутність майбутнього, деструктивне начало, потребу значущих змін, смерть, статику. Інколи дитина постає в образі Героя, який після відділення від матері має увійти у конфлікт, перемогти темні сили, одержавши у нагороду царство як нову єдність, тому що, метою кожної людини – процес індивідуалізації – становлення особистості в усіх аспектах її можливостей, у його підґрунті закладено ідею самості. Однак вантаж дитячих травм і розчарувань, неувага до цієї самості пригальмовують індивідуалізацію, що не дає людині самоактуалізуватися, створюючи архетип “Ображена дитина”. Тож,

можна припустити, що заклик до силового знищення Верховної Ради України співвідноситься з особистістю персонажу, створеного саме цим архетипом, який гостро потребує допомоги й уваги задля того, щоб зцілити свою особистість.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз конкуренції уявлень ціннісних альтернатив щодо соціально-політичної реальності України доводить доцільність застосування архетипного підходу, оскільки нинішні суспільні зміни актуалізують психологічний контекст функціонування та розвитку державно-управлінських систем. Доведено, що конкуренція ціннісних уявних альтернатив, у якій престиж, репутація й імідж як символічний капітал моделюються та підтримуються віртуальною реальністю й ігроізацією, позначається на виробленні громадської думки. При цьому конкуренція множинних ціннісних уявлень є особистісно інтеріоризованими ідеями, які мають надособистісний характер, що впливає на творення соціально-політичної реальності в Україні.

Перспективи подальших досліджень перебувають у міждисциплінарній площині із застосуванням розробленого архетипного інструментарію щодо аналізу управлінської діяльності в контексті нового психосоціального типу людини та суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведе-

- дения / М. Вебер ; [пер. с нем.]. — М., 1990. — 808 с.
2. *Сорокин П.* Социокультурная динамика / П. Сорокин // Человек. Цивилизация. Общество. — М. : Политиздат, 1992. — С. 425–524.
 3. *Парсонс Т.* Общий обзор // Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы / Т. Парсонс. — М., 1972. — С. 360–378.
 4. *Хайек Ф.* Право, законодательство та свобода / Ф. Хайек. — Київ : Сфера, 2000. — Т. 3. — 252 с.
 5. *Шилов В.* Политические ценности: специфика и функции / В. Шилов // Социально-гуманитарные знания. — 2003. — № 6. — С. 116–125.
 6. *Попов А.* Ценности в политике / А. Попов, Л. Зуева // Вестн. МГУ. — 2000. — № 1. — С. 3–12.
 7. *Ціннісні орієнтації сучасного інформаційного суспільства: монографія / В. С. Пазенок, В. В. Лях, О. М. Соболь та ін. ; НАН України, Ін-т філос.* — Київ, 2013. — 406 с.
 8. *Ємельяненко Г. Д.* Цінності та пост-екзистенціалістське мислення: монографія / Г. Д. Ємельяненко, К. Ю. Райда, С. Л. Шевченко. — Київ; Полтава; Слов'янськ : Парапан, 2012. — 150 с.
 9. *Найважливіша цінність для українців — безпека. Результати дослідження [Електронний ресурс].* — Режим доступу: <http://hromadskeradio.org/2015/06/03/nauvazhlivishatsinnist-dlya-ukrayintsiv-bezpeka-rezultati-doslidzhennya>
 10. *Весельська Л. А.* Роль соціальних цінностей у збереженні безпеки суспільства [Електронний ресурс] / Л. А. Весельська. — Режим доступу: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Veselskaya.pdf
 11. *Новаченко Т. В.* Архетипова парадигма авторитету керівника в державному управлінні : монографія / Т. В. Новаченко. — Ніжин-Київ, 2013. — 320 с.
 12. Durand G. Les structures anthropologiques de l'imaginaire / G. Durand. — Paris : Dunod, 1984. — 535 p.
 13. *Маффесолі М.* Хвала релятивізму / М. Маффесолі / Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2017. — № 3. — С. 37–48.
 14. *Афонін Е. А.* Велика розтока (глобальні проблеми сучасності: соціально-історичний аналіз) / Е. А. Афонін, О. М. Бандурка, А. Ю. Мартинов. — Київ: Парапан, 2002. — 352 с.
 15. *Бодрійяр Ж.* Симулякри і симуляція / Ж. Бодрійяр. — Київ : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2004. — 230 с.
 16. *Ретюнських Л. Т.* Філософія гри / Л. Т. Ретюнських. — М. : Вузовская кн., 2002. — 256 с.
 17. *Політична культура та парламентаризм в Україні: сучасний стан та основні проблеми: інформ.-аналіт. матеріали до фахової дискусії, 14 грудня 2017 р. [Електронний ресурс] / Центр Разумкова.* — 125 с. — Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/uploads/socio/2017_Politychna_kultura.pdf

REFERENCES

1. *Veber M.* (1990), Politika kak prizvanie i professija [Politics as a vocation and profession], Progress, Moskva, Rossija.
2. *Sorokin P.* (1992), Sociokul'turnaja dinamika. Chelovek. Civilizacija. Obshhestvo [Sociocultural dynamics. Human. Civilization. Society.], Politizdat, Moskva, Rossija.
3. *Parsons T.* (1972), General review. American sociology. Prospects. Problems. Methods [Overview of Outlook. Problems. Methods], Progress, Moskva, Rossija.
4. *Khajiek F.* (2000), Pravo, zakonodavstvo ta svoboda [Law, legislation is that freedom], Sfera, Kyiv, Ukraine.

5. *Shilov V.* (2003), Political Values: Specificity and Functions, *Social'no-humanitarnye znaniya*, vol. 6. — P. 116–125.
6. *Popov A. and Zueva L.* (2000), Values in politics, *Vestnik MGU*, vol. 1. — P. 3–12.
7. *Pazenok V. S., Liakh V. V., Sobol' O. M.* (2013), Tsinnisni oriientatsii suchasnoho informatsijnoho suspil'stva [The information of the day and evening information sypilstva], Kyiv, Ukraine.
8. *Yemel'ianenko H. D., Rajda K. Yu., Shevchenko S. L.* (2012), Tsinnosti ta postekzstentsialists'ke myslennia [Values and post-existential thinking], Parapan, Kyiv, Ukraine.
9. “The most important value for Ukrainians is safety. Research results”, [Online], available at: <http://hromadskeradio.org/2015/06/03/nayvazhlivisha-tsinnist-dlya-ukrayint-siv-bezpeka-rezultati-doslidzhennya>, (Accessed april 2018).
10. *Vesel's'ka L. A.* “The role of social values in preserving the security of society”, [Online], available at: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Veselskaya.pdf (Accessed april 2018).
11. *Novachenko T. V.* (2013), Arkhetypova paradyhma avtorytetu kerivnyka v derzhavnomu upravlinni [Archetype paradigm of the authority of the head of public administration], Nizhyn-Kyiv, Ukraine.
12. *Durand G.* (1984), *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, France.
13. *Maffesoli M.* (2017), “Praise for relativism”, *Sotsioloohiia: teoriia, metody, marketynh* vol. 3, p. 37–48.
14. *Afonin E. A., Bandurka O. M. and Martynov A. Yu.* (2002), Velyka roztočka (hlobal'ni problemy suchasnosti: sotsial'no-istorychnyj analiz [Great development (global problems of the present: socio-historical analysis)], Vydavets' Parapan, Kyiv, Ukraine.
15. *Bodriar Zh.* (2004), *Symuliakry i symuliatsiia* [Simulations and simulation], Osnovy, Kyiv, Ukraine.
16. *Retjunskih L. T.* (2002), *Filosofija igry* [The philosophy of the game], Vuzovskaja kniga, Moskva, Rossija.
17. “Political culture and parliamentarism in Ukraine: current state and main problems: informational and analytical materials for the professional discussion” (2017), Razumkov Center, [Online], available at: http://www.razumkov.org.ua/uploads/socio/2017_Politychna_kultura.pdf (Accessed april 2018).