

передбачати соціальну інтеграцію і, зокрема таку її частину, як проведення професійно-орієнтованої інтеграції, що забезпечує достойний заробіток і повноцінне життя.

Література:

1. Боярчук Т. У ЗСУ розпочався новий етап психологічної реабілітації військових. 2024. LB.ua. URL: <http://surl.li/mdkgps>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-496-5-10>

СТРУКТУРИ СПОЖИВАННЯ, КОМФОРТУ ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ В ІДЕОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ВИТОКИ

Мельник Віктор Мирославович

*кандидат політичних наук, науковий співробітник,
викладач кафедри політології філософського факультету,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Засадничою проблемою сучасної соціальної психології залишається визначення універсального змісту та партикулярних особливостей ідеологій – напрямків і дискурсів у світогляді соціальних груп.

1. Як спільні, так і відмінні риси будь-яких ідеологічних напрямків детермінуються психологічними установками, цінними ідеями та соціально значущими переконаннями. Зрештою, кожна успішна політична ідеологія ґрунтується на власній соціалізації, а отже, потребує суспільного прийняття чи осуду. Ідеології зароджуються завдяки соціальній интенції – у конкретних історичних та економічних обставинах. Еволюціонують вони завдяки феномену соціально-психологічної привабливості для сприйняття соціальних груп [2]. При цьому, обов'язковим видається *випробування спільнотою*, що передбачає доведення ідеологічними течіями своєї релевантності в процесі інтеракції панівних ідентичностей усередині спільноти. Водночас, ідеологічні течії та напрямки, витворені окремими індивідами, зазвичай долучаються до «світу ідей» низки соціально прийнятних ідеологій (або *метаідеологій*). Окрім того, будь-яке ідейно-політичне спрямування (зокрема, ідеології, ідеологеми, суспільно-політичні ідеї тощо) кристалізується роздумами про *психологічний*

комфорт як найголовніший елемент психологічного благополуччя [5]. Найбільш послідовним критерієм для усвідомлення комфорту чи її відсутності залишається етична понятійна опозиція «добре» та «погано». Скажімо, те, що носій соціальної ідентичності *уявляє собі* як обставини, за яких здатен *почувати себе добре*, видається такому носію реальним *відчуттям комфорту*.

2. Низка дослідників-психологів вважають потребу психологічного комфорту (або ж *запит на психологічний комфорт*) прямим породженням сучасного етапу еволюції капіталістичної соціально-економічної системи. Специфіка сьогоденних *комфорт*у і *благополуччя* часто уявляється продиктованою духовними та матеріальними умовами функціонування так званого *споживацького суспільства*. Вживається навіть самостійний термін «консумпціонізм» заради позначення феномену споживацтва, унаочненого універсальними культурними, етичними та естетичними нормами. В той же час, нормативізація «консумпціонізму» свідчить про інституціоналізацію явища, коли *споживацька культура* (як і психологічне прагнення безконтрольного чи квазіконтрольованого споживання) зростає до рівня соціального інституту.

Відтак, споживання, за обставин капіталістичної системи випробуване всіма без виключення спільнотами, перебуває в епіцентрі метаідеологічного протистояння. До прикладу, про культуру споживання, її абсолютизацію, обмеження чи фіксацію, ведеться дискусія, спрямована на ідентифікацію *лівих і правих*, демократів і авторитаристів, мондіалістів і етатистів, прихильників соціально-орієнтованої моделі та ринкової політики. Очевидно, що акценти в сприйнятті консумпціонізму та усвідомленні його вартостей здатні виокремлювати та дефініціювати цілі ідеології.

3. Безсумнівно, перетворення *культури споживання* на соціальний інститут і, як наслідок, на критерій для успішного розмежування ідеологій, відображає тільки видиму частину складнішого соціально-психологічного процесу [6, с. 146-150].

Так чи інакше, всі спільноти схильні сприймати будь-яке *абстрактне поняття* в якості *психологічного простору* для світоглядного маневрування. Те ж саме відбувається зі «*споживанням*». Вказана абстракція не має чіткого універсального визначення та не може його мати взагалі, оскільки історичні досвіди й етнопсихологічні / культурні установки відмінних спільнот у різних частинах світу не дозволяють наповнювати цю абстракцію однаковими сенсами. Проте вона може використовуватися соціально-політичними ідеологами з більш досяжною метою – заради конструювання в середовищі тієї чи іншої соціальної групи *інтуїтивних очікувань від абстрактного*

поняття. На прикладі банального конструювання інтуїтивних очікувань можна довести правоту тих соціальних антропологів, які вбачали *момент народження соціальної ідентичності* в притаманних первісним суспільствам феноменах сакралізації понять, образів і символів [3].

Отже, споживацтво як ознака соціальної групи є *універсальною структурою* на кшталт будь-якого абстрактного поняття, образу чи символу. Соціальний зміст відносин, пов'язаних із отриманням благ у дар або з їхньою купівлею, видається незамінним чинником у самоідентифікації соціальними групами «наших речей» та «їхніх речей», «свого порядку» та «чужинського порядку».

4. Структурна антропологія Клода Леві-Строса (1908-2009) наполягала на тому, що соціальність як ознака людської природи виросла з єдиних і спільних для всіх структур (першоелементів) [5, р. 237]. Сам К. Леві-Строс характеризував найбільш *універсальною структурою* відносини за лінією «свої / чужі» [2]. Для цього він опирався на соціально-антропологічну наукову традицію досліджень сімейного життя [3; 4]. Структурно-антропологічні студії намагалися з'ясувати можливість формування будь-якого суспільства через призму появи самоідентифікації партикуляризованого сімейного кола в комунікації з репрезентантами інших сімей (*сусідами*) [7, с. 86-90].

Комунікація за лінією «свої / чужі», «ми / вони» – це завжди *вихід суб'єкта інтеракції за межі власного відчуття комфорту*. Доцільно навіть припустити, що пошук матеріального комфорту *a priori* зводиться до втрати комфорту духовного. Важлива теза: антропологічна амбівалентність поміж духовними і матеріальними цінностями деякими психоаналітиками розглядалася причиною соціально-спровокованих невротичних станів. Однак, соціальна антропологія дивиться на таку роздвоєність дещо по-іншому, ніж класичний або посткласичний психоаналіз [7, с. 86-90].

Для соціальних антропологів віддалені полюси людських пошуків (*матеріальні блага*) та людських очікувань (*духовні блага*) є тільки простором внутрішнього психологічного змагання, наслідком якого видається встановлення *балансу*. Зрештою, всі спільноти (первісні, доіндустріальні, індустріальні, постіндустріальні) стають історично конкурентоздатними тільки внаслідок реалізації тієї чи іншої *стратегії балансування*. В означеному контексті, дозволю собі артикулювати твердження: *суспільства – це продукти балансу* з притаманними йому тактичними і стратегічними особливостями обставин, відмінних хронологічно та географічно. Вдале (зокрема, політичне) застосування стратегій балансування поміж матеріальними та духовними потребами

зумовлює *уявлюваний рух* соціальної групи в напрямку усвідомлення власної моделі психологічного благополуччя.

5. Досягаючи певної мети, суб'єкт завжди схильний конструювати підпорядковані меті завдання, формальна логіка котрих детермінує безперервне оновлення завдань, їхнє масштабування. Як наслідок, первісно поставлена історичними спільнотами мета губиться в перипетіях минулого, але знаходить нові можливості для свого відтворення в умовно «нових» цілях: *«немає нічого нового під сонцем»* (Книга Екклезіяст. 1: 9).

Отже, не досягаючи старої мети, спільноти демонструють звичну тенденцію до її переформатування та доволі символічного оновлення, що, на мою думку, і становить сутність метаідеологічного дискурсу. Достатньо лишень пригадати, що сучасні концепти протиставлення «лівих» із «правими» достатньо прямо копіюють історичні форми опозиції «лібералів» і «консерваторів» зламу XVIII-XIX ст. У свою чергу, європейські ліберальна та консервативна ідеології народжувалися за непримиренної боротьби поміж різними політизованими версіями християнства (між римо-католиками і протестантами впродовж XVI-XVII ст.). Визначення ідейно-політичних опозицій, унаочнених війнами чи міжфракційною боротьбою, залишається більше ніж вдячною справою для цілого Середньовіччя та не обмежується ним. На всіх відтинках Нового часу, Середньовіччя, Античності, уважний дослідник має змогу простежити помірковані чи радикалізовані полюси метаідеологічного гатунку. Керуючись вказівками К. Леві-Строса можемо назвати такі опозиції *універсальними структурами*, незалежно від континенту чи спільноти, де проводяться відповідні соціологічні студії [2]. Всі універсальні структури прагнуть забезпечити динаміку досягнення мети. Оскільки досягнення мети не є обов'язковим чинником еволюції, але виникнення спільноти неминуче означає появу, постановку та конкретизацію такої мети, то метаідеологічна амбівалентність тримається за відмінності поміж різними групами всередині суспільства (за те, що вище було названо *«психологічним простором»*).

Наявність відмінностей (соціальних, політичних, економічних тощо) є простором змагань, де неоднакові світогляди вимушено досягають балансу. Якщо відмінні світогляди зуміли укласти «суспільний контракт», то спільнота віднаходить баланс і, як наслідок, соціальний комфорт [1, 5]. Якщо ж «суспільний договір» поміж різними складовими спроектованого суспільства не вдається укласти, то незбалансованість спільноти компенсується закономірним переходом її первісної партикулярності до стану фрагментації і розпаду. Так гинуть старі спільноти, але натомість, послуговуючись їхнім «людським

матеріалом», з'являються спільноти нові. Вони знову ставлять перед собою мету та завдання, зумовлені *універсальними структурами*, але умовно «оновлені» в змінених обставинах часу, зовнішнього оточення, навколишнього середовища.

Отож, соціально-психологічний аналіз дозволяє дійти певних проміжних висновків. *По-перше*, всі політичні ідеології висловлюють рефлексію соціальних спільнот з приводу низки універсальних структур, що відтворюють первісні психологічні установки на сакралізацію абстракцій (понять, образів, символів). До прикладу, показовою універсальною структурою, що постійно оновлює форму, але зберігає первісну інтенцію, видається споживання. *По-друге*, всі політичні ідеології включені до метаідеологічного дискурсу, в якому психологічний комфорт забезпечується балансом полярних оцінок стосовно одних і тих самих соціально значущих ідей, уявлень, тверджень. До прикладу, універсальною структурою, що дозволяє усвідомити витоки ідеологій, видається опозиція «ми / вони». Її особливістю вважаю феномен первісної інтеграції з культурою споживання, так як розмаїті форми обміну (відчуження, привласнення, дарування тощо) історично випереджали будь-яке інше налагодження сталої комунікації між умовно «своїми» та умовно «чужими».

Література:

1. Foblets Marie-Claire, Gaudreault-DesBiens Jean-François, Graziadei Michele. Legal Scholars Engaging with Social Anthropology: Hardships and Gains. *German Law Journal*. 2022. Vol. 23. No. 7. Pp. 911-919.
2. Lévi-Strauss Claude. *Anthropologie structurale*. Paris: Plon, 1958. 452 pp.
3. Lévi-Strauss Claude. *Myth and Meaning*. University of Toronto Press, 1978. 60 pp.
4. Lévi-Strauss Claude. *Race et histoire*. Unesco, Denoel reedition 1987. 130 pp.
5. Moore Jerry D. *Visions of Culture: An Introduction to Anthropological Theories and Theorists*. Lanham, Md.: AltaMira Press, 2012. XV+359 pp.
6. Мельник В. М. Феномен «традиційного» як засіб експлікації політичної антропології. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2020. № 27. С. 146-150.
7. Петрушенко О. Ф., Мельник В. М. Психоісторична концепція Клода Леві-Стросса. *Сучасна педагогіка та психологія: методологія, теорія і практика. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 4-5 грудня 2020 р.)*. К.: Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2020. С. 86-90.