Список використаних джерел

1. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». К.: Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. 176 с.
2. Семигіна Т. Чому соціальна робота набуває зеленого кольору? // Вісник Академії праці соціальних відносин і туризму. 2018. № 2. С. 11-27.
3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. К.: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
4. Dominelli L. Green social work: From environmental crises to environmental justice. Cambridge: Polity Press, 2012. 207 p.
5. The Global Agenda for Social Work and Social Development / International Federation of Social Workers. URL: www.globalsocialagenda.org

Москаленко В. В.,
доктор філософських наук, професор, головний науковий співробітник
Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України (м. Київ, Україна)

ПОЛІТИКА ІДЕНТИЧНОСТІ: СОЦІАЛЬНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Актуальність. Потреба ідентичності, яка пов‘язана з визначенням особистістю свого «Я», за своїм значенням виходить на одне з перших місць в сучасному демократичному суспільстві, яке проголошує верховенство закону та право вибору кожного громадянина. В умовах сучасного суспільства, що супроводжуються еміграційними процесами, може виникати криза ідентичності особистості спричинена неможливістю підтвердити людиною свого «Я» через складність знайти соціальну групу, яка б підтвердила статус людини, і визнала її гідність як особистості. Економічні претензії, що останні півстоліття пояснюють економічну нерівність людей глобалізованого світу, стають більш гострими, коли вони пов’зані з почуттям приниження і неповаги. В таких умовах людині складно зрозуміти своє місце у соціумі та підтримувати внутрішню узгодженість та стійкість свого «Я». Вимога визнання і поваги своєї ідентичності охоплює багато з того, що відбувається сьогодні у світовій політиці. На думку Ф. Фукуями [4] ця потреба являється не тільки рушійною силою історії, але й породжує популістський націоналізм, ісламський екстремізм і політику ідентичності**,** які розділяють суспільство по різні сторони. Саме тому стає актуальним дослідження особливостей політики ідентичності та її вплив на життєдіяльність сучасної людини.

Історичний екскурс. До XX століття у роботах науковців гуманітарного напряму чітко оформилось два різних напрями дослідження проблеми ідентичності: перший – пов’язував проблему ідентичності зі сутністю окремої особистості, другий - бачив її у особливостях суспільства, як умови її виявлення. Ці два напрями залишаються і сьогодні основою дослідження проблеми ідентичності, які активізувалась у другій половині XX ст. Перший – популяризував Е. Еріксон у 1950-х рр., а другий отримав розповсюдження у соціальній психології 1980-х і 1990-х рр., зокрема в роботах Г. Теджфелла, Дж. Тернера, Дж. Марсіа [2,3]. Починаючи з 80-х рр. чисельність робіт вітчизняної науки, у назві яких є термін «ідентичність», дуже велика [1]. Тим не менш багато питань залишаються актуальними і на сьогодні. Найбільш актуальною є проблема зв’язку ідентичності особистості з процесом життєдіяльності людини, який пов‘язано з політикою суспільства і зворотно впливає на всі інші сфери людської життєдіяльності. Саме цьому питанню присвячено дану статтю.

Мета статті: проаналізувати феномен політики ідентичності у сучасному світі.

Основний зміст. Поняття «політика ідентичності» отримало розповсюдження в культурній політиці 1980-х і 1990-х рр. Сутність цього феномену детально розкрито у роботі Френсіса Фукуями «Ідентичність. Потреба у визнанні і політика пригнічення», написаної ним у 2018. Політика ідентичності базується на сучасній концепції ідентичності особистості, в основу якої покладено такі принципи: принцип природної цінності внутрішнього «Я»; принцип рівного визнання особистісної цінності поряд з іншими людьми; принцип

публічного визнання природної цінності особистості. Ці принципі Ф. Фукуяма поклав в основу своєї теорії тімосу, яка пояснює сутність сучасної політики ідентичності.

Тімос (зі древньогрецької - дух) – частина душі, яка шукає визнання. Ще древні греки визначали духовність як частину душі людини (внутрішнє), яка існує поряд з такими складовими як раціональною та емоційною її сферами (зовнішнім). Відмінності між внутрішнім та зовнішнім в умовах домінування однієї зі сторін цього протиріччя може породжувати конфлікт. Хоча протиріччя між суспільством і особистістю існували завжди, проте лише в сьогоденні склались умови для усвідомлення того, що зовнішнє суспільство несправедливо оцінює істинну природу внутрішнього «Я», яке вимагає визнання власної гідності. Ф. Фукуяма стверджує, що політика ідентичності виростає із відмінностей між сутнісним внутрішнім «Я» і зовнішнім світом соціальних норм, які не враховують цінність цього внутрішнього «Я». Оскільки прагнення до визнання закладено у природі людини, то в умовах сьогодення почуття ідентичності швидко перетворюється у політику ідентичності, яка вимагає суспільного визнання цінності кожної людини. Про це свідчить суттєва частина політичних конфліктів сучасного світу – від демократичних революцій до нових соціальних рухів, від націоналізму та ісламізму до молодіжних політичних заворушень, які можна визначити як вияв політики ідентичності. За останні два покоління світ став свідком великої кількості стихійних виступів проти авторитарної влади (починаючи від падіння комуністичних режимів, завершення політики апартеїда у північній Африці у 90 –х рр. і закінчуючи «кольоровими революціями» у Грузії і в Україні на початку 2000-х рр. та революцією Гідності 2014р.) Основним змістом цих процесів було питання визнання базової людської гідності.

На основі теорії тімосу Ф. Фукуяма пропонує модель поведінки, яка виходить за межі домінуючих сьогодні економічних моделей, які будуються на припущеннях про те, що люди є раціональними індивідами, які прагнуть до отримання найвищої вигоди у економічній сфері. Думка, що отримання людиною економічної вигоди, а підвищення матеріального благополуччя є найвищою для неї користю, на сьогодні є досить розповсюдженою. Слабкі місця стандартної економічної моделі людської поведінки критикують науковці поведінкової економіки, зокрема, Д. Канеман та А. Тверські. Вони показали, що у реальній дійсності люди нераціональні: вони, наприклад, вибирають поведінку «за замовченням» замість більш оптимальних стратегій, або, не задумуючись копіюють поведінку оточуючих. Ф Фукуяма, приєднуючись до цієї думки, теж вважає, що для розуміння дії людей у сучасному світі, потрібно розширити модель мотивації дії людей за межі простої економічної моделі. Як стверджує Ф. Фукуяма, ніхто не заперечує здатність людини до раціональної поведінки, проте людська психологія значно складніше, ніж передбачає економічна модель. Людині властиво бажати не тільки те, що є по відношенню до неї зовнішнім, - їжі, напоїв, престижної марки автомобіля. Люди заждуть також позитивних суджень про їх особисту цінність і гідність. Ці судження можуть мати внутрішнє джерело, але частіше вони йдуть від оточуючих, які визнають їх цінність. Якщо людина отримає позитивну оцінку, вона відчуває гордість, а якщо не отримує, то відчуває гнів(коли вважає, що її недооцінюють), або сором (коли розуміє, що не відповідає високим нормам оточуючих).

Отже, вибудовуючи теорію тімосу, Ф. Фукуяма включає морально-етичну складову (тімос) в модель поведінки, що дає більш глибоке розуміння мотивації та поведінки людини. Тімос як частина душі, яка прагне та шукає визнання, існує у кожного індивіда, який може відчувати біль від неповаги до нього. Ця частина душі, тімос, стала зосередженням сучасної політики ідентичності.

Теорія політики ідентичності Ф. Фукуями виходить також з принципу рівного визнання гідності всіх громадян, який визначено ним як «ізотимія». Протягом більшої частини історії доля великої маси людства була визначена нерозумінням того, чому суспільство вважає велику масу людей не такою цінною, як еліту. Ізотимія вимагає, щоб було визнано базову цінність людини однаковою для всіх громадян. У демократичних суспільствах проголошується, що «всі люди створені рівними». В зв‘язку з цим виникає питання трактування поняття «рівності всіх». Навіть відкидаючи неоднаковість трактування в різні періоди історії поняття «всі люди», існує проблема, яка полягає в тім, що визнання

абсолютної однаковості цінності всіх і кожного, означає невизнання цінності людей, які в якомусь смислі перевершують інших. Крім того проблемою ізотимії є те, що деякі види людської діяльності викликають більшу повагу, ніж інші. Сучасну політику ідентичності рухає прагнення до визнання рівності груп, які були маргіналізовані суспільством. Проте це прагнення може перерости у вимоги визнання власної вищості групи. В багатьох випадках це складає суть історії націоналізму, релігійного екстремізму та деякою мірою – національної ідентичності. Як стверджує Ф. Фукуяма, не тільки окремі групи, але й цілі країни можуть відчувати нестачу поваги, що підтримує в них агресивний націоналізм. Аналізуючи феномен ізотимії в умовах сучасної ліберальної демократії з її кризами, Ф. Фукуяма робить висновок, що ізотимія і надалі буде розпалювати жагу рівного з оточуючими визнання, яке навряд чи буде колись повністю задоволеним. І з цим не можна не погодитись.

Третьою, не менш важливою тезою політики ідентичності, яку Ф. Фукуяма називає «мегалотимією», є прагнення індивідів до публічного визнання своєї особистісної цінності. Усвідомлення власної цінності не є достатнім, якщо оточуючі не визнають її публічно, або, що є ще гіршим, якщо вони принижують мене або ігнорують моє існування. Мегалотимія базується на жадобі виключності: люди готові до небезпечних ризиків у досягненні результатів заради визнання оточуючими їх виключності. Історично мегалотимія існувала завжди: у деяких умовах вона сприяла формуванню історичних особистостей, в інших – призводила до появи тиранів, диктатура яких кидала суспільства у бездну бід. Оскільки прагнення до визнання закладено у природі людини, почуття ідентичності як усвідомлення своєї цінності, в певних умовах може перерости у вимогу суспільного визнання цієї цінності і швидко перетворитися у політику ідентичності. Справа у тому, що внутрішнє почуття власної гідності, яке вимагає визнання, стимулює пошуки індивідом групи, яка тільки й може підтвердити самооцінку особистості. Мегалотимія – як вимога публічного визнання виключності групи, до якої належить «Я» особистості, явище суто сучасне, яке виникло в останні десятиліття. Саме цей феномен сьогодення є ядерною характеристикою політики ідентичності.

Отже, політика ідентичності базується на сучасній концепції ідентичності особистості, основу якої складає ціннісно-мотиваційна сфера людини, що суттєво впливає на формування структури особистості, в якій переважають установки на об‘єднання з групою, що здатна підтвердити її цінність. Своєрідність сьогоднішнього моменту полягає в тім, що ідентичність особистості як прагнення до публічного визнання своєї цінності, може набувати суперечливого соціального значення: з одного боку, вона може перерости у форму ««політики рессентименту» (Ф. Фукуяма), тобто використання недооцінки групи в інтересах певних політичних верств, а з іншого боку - політику зміцнення національної єдності і соціальної солідарності громадян. Як доводить Ф. Фукуяма, розвинуті форми національної ідентичності, що побудовані на достатньо широких, але чітких і визначених критеріях членства у національно-державній спільноті, здатні відігравати велику позитивну роль в якості основи легітимності демократичних інститутів і дієздатної демократичної політики.

Висновки. У поясненні питань політики ідентичності потрібно враховувати наступні моменти: по – перше, політика ідентичності базується на її зумовленості особливостями формування ідентичності особистості умовами сучасного мережевого суспільства; по-друге, практики соціального впливу на феномен політики ідентичності повинні виходити з врахування особливостей сучасних умов, в яких вона створюється; по – третє, політика ідентичності формується у взаємовідносинах особистісного «Я» та «Інших»; по – четверте, у практиках творіння політики ідентичності потрібно усвідомлювати «Я» іншого і певним чином ставитись до нього.

Перспективою подальших досліджень є аналіз зв‘язку особливостей ідентичності різних соціальних груп мережевого суспільства з політикою ідентичності.

Список використаних джерел

1. Москаленко В. В. Формування ідентичності особистості як функція соціалізації. *Москаленко В. В. Соціалізація особистості :* монографія. К. : Фенікс, 2013. С.140 - 166.

2. Сушков И. Р. Психологические отношения человека в социальной системе. М. :Изд.-во «Институт психологии РАН» 2008.612с.

3. Тернер Дж. Социальное влияние. СПб.:Питер 2003. 425 с.
4. Фукуяма Ф. Идентичность: стремление к признанию и политика неприятия / пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2019.256 с.

Петенок А. В.,
здобувачка вищої освіти І курсу магістратури, гр. МСРп-201
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)
Науковий керівник: **Децюк Т. М.,**
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВТОРИННИЙ АГЕНТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ СОЦІУМІ

XXI століття – це століття високих технологій, інтернету та діджиталізації життя. Сучасні технологічні винаходи значно спрощують життя людей та розширюють можливості. Під впливом інтернету змінюється стиль життя людей, зокрема звичні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємин, структура дозвілля, відбувається інтенсивне вироблення нових моделей взаємодії з середовищем. Особливої популярності за останні 20 років набули соціальні мережі, що дозволяють швидко і зручно комунікувати, заводити нові соціальні зв'язки, вести власний бізнес.

Існує багато точок зору щодо перспектив розвитку і значення соціальних мереж. Все залежить від цільової аудиторії, на яку вони орієнтовані. Найбільш активною соціальною групою користувачів соціальних мереж є молодь. Соціальні мережі для них стали невід'ємною частиною життя, а отже мають значний вплив на формування особистості молодої людини, її цінностей, переконань та поглядів, а також побудову соціальних контактів, зв'язків, стосунків, особистісну ідентичність. Тобто, можна стверджувати, що соціальні мережі є вторинним агентом соціалізації молоді. Наскільки цей плив є вагомим, чи має він позитивні чи негативні наслідки є метою нашого дослідження.

Як зазначає Н. Бондар, соціальні мережі допомагають молодим людям в «самопрезентації». При цьому схвалення групи однолітків стає більш значущим, ніж схвалення дорослими представниками якогось «відстороненого суспільства». У соціальних мережах все просто, відсутні будь-які умовності, яких подекуди неможливо уникнути в реальному світі. Науковець стверджує, що вони впливають на процес соціалізації, становлення і розвиток особистості молодих людей, відсуваючи на другий план класичні інститути соціалізації (сім'ю, школу, реальних друзів і однолітків). Це пояснюється тим, що поєднання ілюзорного, ідеального, фантастичного віртуального світу, за умови функціонування його за законами реальності, роблять його надзвичайно привабливим для молоді [3, с. 261].

Щодо визначення самого поняття «соціалізація», то ми розглядаємо його як безперервний і багатогранний процес входження людини у суспільство, що триває протягом усього життя людини. Але інтенсивніше це відбувається в дитинстві і юності, адже в цей період формуються всі базові цінності, засвоюються соціальні норми і правила, формується мотивація соціальної поведінки [5, с. 222].

Агентами соціалізації є групи людей і окремих індивідів, що впливають на особистість в процесі її життєдіяльності, завдяки чому відбувається процеси її становлення, засвоєння суспільних норм і цінностей, освоєння соціальних ролей. Існує безліч агентів соціалізації, за допомогою яких людина адаптується до життя в суспільстві на різних етапах свого розвитку. Найбільш активно агенти впливають на індивіда в дитячі та юнацькі роки. Вплив на дорослу сформовану особистість менш значуще [5, с. 223]. Соціалізацію особистості молоді традиційно пов'язували з родиною і системою освіти. Проте в умовах діджиталізації суспільства коло агентів соціалізації розширилося.