

© Добридень О. В.

Добридень Оксана Володимирівна кандидат філософських наук, доцент, завідувач кафедри гуманітарних наук Державного закладу «Дніпропетровська медична академія МОЗ України» (м. Дніпропетровськ)

УДК: 130.122+366.01

ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ WELLNESS-ТЕХНОЛОГІЙ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

В статті аналізуються модерні wellness-технології як один з маркерів суспільства споживання та їх вплив на формування буденних стереотипів особистості в сучасному соціальному просторі.

Ключові слова: здоров'я, здоров'язбереження, wellness-технології, здоровий спосіб життя, мода на здоров'я, мода на оздоровчі послуги, культура здоров'я, суспільство споживання, маніпуляція свідомістю.

ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ WELLNESS- ТЕХНОЛОГИЙ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

В статье анализируются современные wellness-технологии как один из маркеров общества потребления и их влияние на формирование повседневных стереотипов личности в современном социальном пространстве.

Ключевые слова: здоровье, здоровьесбережение, wellness-технологии, здоровый образ жизни, мода на оздоровительные услуги, культура здоровья, обществопотребления, манипуляция сознанием.

HEALTHSAVING IN MODERN WELLNESS-TECHNOLOGIES: SOCIAL- PHILOSOPHICAL ANALYSIS

The article analyzes modern wellness-technology as one of the markers of the society of consumption and their impact on the formation of everyday stereotypes of the person in modern social space.

Keywords: health, health preservation, wellness-technology, healthy lifestyle, fashion for health services, health culture, the consumer society, manipulation of consciousness.

Актуальність дослідження стрімкого зростання моди на здоров'я зумовлюється супроводженням цього процесу суперечливим погіршенням нормативних показників психофізіологічних станів населення в Україні та необхідністю екстреного гальмування та якісного перезавантаження такої ситуації. Зважаючи на той неспростовний факт, що потенційні можливості у збереженні здоров'я головним чином визначаються соціально-економічним статусом людини, сьогодні вкрай важливо переглянути концептуальні положення державної політики України, від об'єднаної ефективної дії яких залежить здоров'я нації. Йдеться не лише про зміни у сфері охорони здоров'я, а так само про освітянську і наукову галузі, про національну безпеку в контексті охорони навколишнього середовища, аграрної політики та продовольства, економічного розвитку і торгівлі тощо.

Зрозуміло, що в сучасних умовах соціально-економічної і політичної кризи в Україні, обтяжених загостренням становища на Сході і труднощами з соціальним опікуванням військовими і переселенцями, здоров'язбереження українців набуває нових граней. Тобто, якщо брати до уваги пересічних громадян, на побутовому рівні чим далі більше мова передусім йтиме про виживання за будь-яких умов, про життязбереження, а не про здоров'язбереження. Така драматична ситуація лише загострює проблему із збереженням здоров'я українців, яка і раніше була далекою від розв'язання. Відтак існує нагальна потреба у постійній рефлексії з боку наукової громадськості щодо існуючої моделі здоров'язбереження українців, яка сьогодні не відповідає вимогам часу.

Чи не в кожного мислителя від давнини і до сьогодні знайдемо роздуми про біологічну

або соціальну сутність здоров'я. Актуальні дослідження різнобічних аспектів здоров'язбереження та пов'язаних з ними концептів тілесності та естетизації тіла, які найбільше стикаються з досліджуваною автором даної статті тематикою, можна знайти у таких сучасних вітчизняних і зарубіжних авторів як І. М. Биховська, О. Є. Гомілко, Л. М. Газнюк, А. П. Возний, В. П. Чешко, В. А. Косяк, Н. Є. Доній, Н. С. Медведєва, О. Я. Муха, І. В. Карівець, С. О. Лохов, М. О. Нестєрова, І. О. Святненко, Н. О. Бугуєва, Я. Баранські, Є. М. Тищенко, П. Б. Тітов та багатьох інших.

Незважаючи на велику кількість досліджень різних аспектів феномену здоров'я, тема здоров'язбереження залишатиметься повіки актуальною, доки існує людина. Буття швидко змінюється і вимагає постійного переосмислення складових суспільної системи координат. Однією з таких складових є wellness-технології, які завдяки комплексній програмі оздоровчих процедур обіцяють гармонійне життя без хвороб і до яких щодалі ненаситніше тягнеться сучасна людина. Звідси й мета даної статті – провести соціально-філософський аналіз сутності wellness-технологій як одного з маркерів суспільства споживання та їх вплив на формування буденних стереотипів, якими скеровується особистість у сучасному соціальному просторі.

Індустрія здоров'я і краси являє собою потужну багаторівневу та багатогранну систему, яка характеризується високою рентабельністю, безпрецедентно стрімким розростанням і інвестиційною привабливістю. Попит на її послуги постійно зростає і зростатиме. Це пояснюється збільшенням емоційних, фізичних і розумових навантажень, які визначають життя сьогоденної людини в умовах дестабілізації суспільних процесів. Внаслідок цього людині потрібні ефективні засоби для позбавлення від напруги і тривожності, для відновлення фізіологічного стану. У якості такого засобу індустрія здоров'я і краси пропонує широкомасштабну мережу wellness-технологій.

Слово *wellness* у буквальному перекладі з англійської означає *міцне здоров'я, гарне самопочуття*. В багатьох словниках до перекладу додається семантичне роз'яснення: *як результат здорового способу життя*. Поняття *wellness* пов'язано з іменем американського дослідника, лікаря Халберта Л. Данна (Halbert Louis Dunn, 1896-1975), який наприкінці 50-х років минулого століття під час своїх лекцій використав термін *wellness* для позначення явищ, що спрямовані на досягнення людиною гармонійного поєднання фізичного здоров'я, духовного спокою і соціального комфорту. В подальшому ці лекції стали основою для книги Х. Данна «High-level wellness», яка вийшла у світ 1961 року і на засадах якої у подальшому сформувались базові ідеї wellness-концепту.

Втім, необхідно розуміти, що вироблений в США wellness-концепт зовсім не новий у прагненні зробити людину здоровою і щасливою. Ще в творах з філософії та медицини і оздоровчих практиках стародавніх Індії, Китаю і Греції, які є надбанням світової культури і серед іншого під гаслом яких теперішня індустрія краси і здоров'я вдало просуває свої бізнес-проекти, прописувались шляхи до рівноваги духовного і тілесного з врахуванням природних біоритмів.

Wellness-технології існували в різних конфігураціях завжди. Але в сучасному вигляді вони почали формуватись разом із комерціалізацією всіх суспільних відносин. В свою чергу саме масова культура суспільства споживання посприяла успішному і масштабному розвитку інфраструктури і ринку послуг wellness-індустрії.

На сьогоднішній день під базовими інфраструктурними складовими wellness-концепту доцільно розглядати wellness-індустрію в цілому як індустрію здоров'я і краси нового типу, а також wellness-технології і wellness-продукт. Варто зазначити, що в науковому колі існує думка про належність wellness-концепту до одного з багатьох напрямків індустрії краси і здоров'я. Дослідники І. М. Стоян, Т. І. Іщенко та О. Б. Шидловська, зокрема, вважають, що «wellness, як галузь спортивно-оздоровчої сфери бізнесу з'явилася, на ринку послуг відносно нещодавно і сьогодні являється найбільш перспективним напрямом для підприємництва. Обумовлено це двома причинами: новизна послуги і постійно зростаючий попит на такий людський ресурс як краса та здоров'я» [1, С. 112].

В цілому погоджуючись з такою думкою, зауважимо наступне. Одним з вихідних принципів суспільства споживання є недовговічність будь-чого, краси, речі, мрії, бажання, бо ж потрібно виробляти, продавати і споживати щось нове. На думку Ж. Бодрійєра «економіка стабільних і якісних речей немислима: економіка розвивається тільки виділяючи з себе небезпеку, забруднення, знос, незадоволеність, обесію» [2, с. 312]. За таким принципом естетична хірургія, наприклад, поступається місцем wellness-індустрії, колись такі модні шейпінг і відеокасети з аеробікою від світових топ-моделей – стрейчінгу і пілатесу. Але це скоріше еволюційна закономірність епохи суспільства надмірного споживання. Отже, wellness-індустрія – це не стільки модна галузь індустрії краси і здоров'я, скільки її еволюційний рівень розвитку, тобто індустрія краси і здоров'я в новому амплуа.

Підкреслимо, що для аналізу в нашій статті обрані саме wellness-технології, оскільки обсяг статті обмежений у розмірі і розглянути, навіть стисло, всі складові wellness-індустрії було б неможливим. З іншого боку, для споживачів внутрішня політика wellness-індустрії залишається за кадром. Публічний доступ споживачі мають тільки до wellness-технологій і wellness-продукту. Звісно, що ще до отримання послуги людина стає об'єктом оброблення з боку різних форм і способів реклами.

Пропонуємо розглядати вищевказані поняття у наступних визначеннях. Wellness-індустрія – це сукупність організацій, які забезпечують наукову розробку і виробництво технологій і продукту, надання послуг, підготовку кадрів і інформаційне просування у сфері здоров'язбереження, рекреації, реабілітації та краси. З іншого боку wellness-індустрію також можна визначити як надприбуткову сферу підприємницької діяльності, враховуючи її підпорядкованість глобальним маркетинговим стратегіям. Мережа wellness-індустрії складається з спеціалізованих медичних центрів, готелів, СПА-центрів, аквацентрів, ресторанів і кафе здорового харчування, фітнес-центрів, салонів краси, турагенцій, відповідних навчальних закладів (як-от у нас в Україні – факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв) і спеціалізованих навчальних wellness-центрів, розгалужених рекламних проектів та ін.

Wellness-технології – це комплекс методів, процесів, пристроїв і медико-естетичних втручань, які продаються як товар організаціями з надання послуг і передбачені для здоров'язбереження, рекреації, реабілітації та естетичного перетворення людини. До царини послуг wellness-технологій належать всі види терапевтичної, естетичної та апаратної косметології, серед яких гірудотерапія, інфрачервона термотерапія, безопераційні ліфтинги, тренажери на будь-який смак (іппотренажери, віброплатформи, баланс-платформи, вакуумні доріжки, тонусні столи, масажні ліжка тощо), психологічні тренінги, унікальні системи спортивних тренувань, сучасні види гімнастики та ін. Wellness-технології необхідно розглядати у поєднанні з wellness-продуктом, під яким розуміємо речовини, препарати та інші засоби природного, синтетичного або мінерального походження, призначені для використання з метою здоров'язбереження, рекреації, реабілітації та естетичного перетворення людини. Передусім мова йде про харчові добавки, вітамінні комплекси, всілякі косметичні засоби для будь-якої частини тіла, продукти харчування з грифом «екологічно чисті», жироспалювачі, протеїнові коктейлі, так звана «зелена фармація» та ін.

Як процес і діяльність wellness-технології нерозривно пов'язані зі споживачами і споживчим попитом. Важливим аспектом формування сутності wellness-технологій є їхня кореляція з психофізіологічними, соціальними, освітніми, естетичними потребами споживачів. При такій кореляції буде доречним навести наступну класифікацію:

- використання wellness-технологій з метою лікування та реабілітації (лікувально-реабілітаційний wellness);
- використання wellness-технологій з метою профілактики захворювань і рекреаційного зрівноваження організму (рекреаційно-профілактичний wellness);
- використання wellness-технологій як слідування статусним оздоровчим процедурам задля підвищення власного престижу в своїх очах і в думці інших (статусний wellness);

- використання wellness-технологій з метою ознайомлення з культурами різних народів (туристичний wellness);
- використання wellness-технологій для отримання прибутку (професійний wellness);
- використання wellness-технологій як скульптування власного тіла (естетичний wellness).

Крім того, ми можемо говорити, що специфіка формування wellness-інфраструктури передбачає постійне підживлення сформованих стереотипів, якими керуються у конструюванні власної ідентичності люди у прагненні бути здоровими. Важливими аспектами у формуванні стереотипів є врахування їх спрямованості згідно з віковою, гендерною, соціальною приналежністю споживачів, а також їхніх бажань і страхів.

Для споживачів поважного віку, приміром, мова йтиме про те, що wellness-технології подовжують життя, для жінок – про зберігання молодості і пружності шкіри, для чоловіків – про профілактику імпотенції. Реалізація соціального контексту спостерігатиметься, коли мова йтиме про те, що використання wellness-технологій означає належність до суспільних еліт або надає ілюзію причетності до еліт. З цього приводу М. С. Калина вдало підмітив, що «...у співвідношенні понять «здоров'я» – «здоровий спосіб життя» наразі на перший план виходить саме спосіб життя, який вважається показником життєвого успіху» [3, С. 61]. Цією ознакою сучасної людини як характерного представника суспільства споживання вдало користуються посланці від wellness-індустрії.

Беручи до уваги той неспростовний факт, що wellness-індустрія має постійне надходження прибутків завдяки системній і регулярній затребуваності wellness-технологій з боку споживачів, факт їх зростаючого нав'язування через ЗМІ не викликає сумнівів. З точки зору О. М. Ільїна «культивація відразу до себе так само, як і прогрес технологій, триватиме. Має місце наступний взаємозв'язок: відразу - покупка - щастя - відразу - покупка - щастя ...» [4, с. 27]. За своєю суттю ця формула відповідає всім маркетинговим характеристикам суспільства споживання. За нестачею чогось слідує бажання, за бажанням задоволення від придбання товару чи послуги, потім перенасичення й невдоволення і знов нестача чого-небудь новенького і звісно, кращого за попереднє. І так нескінченно. Добре засвоївши такі практики і поклавши їх в основу власного успіху, wellness-індустрія має пропозиції для споживачів всіх рівнів матеріального достатку: від недорогих СПА-центрів до престижних СПА-курортів класу Luxury десь на Гаваях. Адже незаможні, як і багаті, мають бажання, що згодом стають постійною потребою.

Слід зазначити, що попри важливість для wellness-індустрії розрекламованої гармонії душі і тіла, поза сумнівом, найбільш значущою складовою для бізнесу є саме тіло. Українська дослідниця Н. Є. Доній дійшла висновку, що «тіло для соціально девіталізованого індивіда стає не тільки об'єктом поклоніння, обожнювання та інтенсивного догляду, а й перетворюється на носія ілюзії активної присутності в соціальному просторі» [5, с. 27]. І знов таки, зазначена дослідницею характеристика сучасної людини також працює на користь wellness-індустрії.

Заради справедливості все ж визнаємо, що використання wellness-технологій має такий певний позитивний потенціал хоча б тому, що асоціюється у людини з відпочинком і релаксацією, що вже на психологічному рівні гарантує позбавлення від нервово-емоційної напруги. Разом із очевидним позитивним ефектом wellness-технології невідворотно сприяють виникненню деструктивних тенденцій як у біологічному і соціальному житті окремої людини, так і в суспільстві в цілому. Згідно з класичними канонами суспільства споживання клієнт wellness-індустрії своє здоров'я і доглянутий зовнішній вигляд власного тіла ідентифікує як результат дії від wellness-технологій і wellness-продукту. Відтак, у разі неможливості з тих чи інших причин долучатися до індустрії здоров'я і краси, людина з понадмірною залежністю від естетизації свого тіла втрачає змістовну наповненість буття, стає заручником ситуації, в якій складно визначитись із справді необхідним споживанням і зловживанням. Це вже не кажучи про міфологеми з вітамінними препаратами, коли споживачів запевнюють, що для нормального функціонування організму необхідно щодня

з'їдати до 13 кг різних овочів і фруктів, а оскільки це фізіологічно неможливо, то, будь ласка, одна доза синтетичного препарату в день все виправить. Так, виправила б, якщо не брати до уваги великий процент фальсифікованого продукту, про що регулярно повідомляють ЗМІ. То ж користь від них зовсім мало ймовірна, а шкода – цілком можлива. З цього випливає таке переконання: драматичні ситуації з використання wellness-продукції все ще не стали частиною повсякденності лише тому, що нанесені збитки компенсуються оприлюдненням позитивного потенціалу ризику від них. Це відбувається завдяки ЗМІ, які випускають у світ альтернативну інформацію, що не збігається з піднесеним ставленням до wellness-продукції. Отож, споживач все ж має вибір, але за умови якісного аналізу великої кількості інформації. Це складне завдання, бо сучасна людина приречена на поверхневу інформаційну ходу у зв'язку із надмірною інформаційною засміченістю соціального простору.

Варто також зауважити, що окрім очевидних деструктивних тенденцій wellness- технології мають приховані ризики. Деякі wellness-процедури на перший погляд сприймаються людиною як цілком безпечні, адже не мають моментальних деструктивних проявів. Пролонговані в часі загрозливі для життя наслідки можуть виявитися абсолютною несподіванкою.

Навіть понадміру показовим прикладом зі сфери естетичної медицини є так званий «силіконовий скандал» у Франції, що спалахнув у березні 2010 року. Неякісні імплантати для молочних залоз французької фірми Полі Імплант Протез (PolyImplantProthese), яка з 2004 року до 2010 року включно була серед лідерів з виробництва силіконових протезів, призвела до неочікуваних пацієнтками трагічних наслідків. Саме імплантати з технічним силіконом замість медичного, який при розриві потрапляв до тканин організму, стали провокуючим фактором у зростанні кількості випадків онкологічних захворювань серед постраждалих жінок. За тогочасною інформацією Управління з нагляду за продуктами медичного призначення мова йшла про 30 000 пацієнток, 80% з яких вдалися до маніпуляцій із власним тілом з естетичних міркувань і лише 20% - внаслідок медичних показань. Міністерство охорони здоров'я Франції вимушено було взяти на себе відповідальність і проводити операції з вилучення імплантатів.

У світлі сказаного сумні спогади викликає нещодавно побачена на дуже шанованому українському телеканалі програма, протягом якої більше ніж годину авторитетні представники від естетичної хірургії рекламували операцію із збільшення розміру молочних залоз як абсолютно небезпечну процедуру. Щоб довести міцність імплантатів, по них стукали, їздили і стрибали на велосипеді з поверхонь столів безпосередньо у студії. Виглядала вся ця театралізована постановка ганебно і принизливо для жінок. Прикро, що у гонитві за прибутками і синтетичною красою наше суспільство дійшло аж до таких, позбавлених почуття гідності, спектаклів.

Начебто немає нічого поганого та вартого осуду в бажанні жінки бути доглянутою і виглядати молодшою. Однак, слід пам'ятати, що будь-яке хірургічне втручання – це, щонайменше, стрес для організму і це завжди певні ризики для життя. Вартий того той перфекціонізму ставленні до свого тіла чи ні – людина вирішує особисто. Зрозуміло, що глибинна причина особистих рішень залежить від тиску на бажання та потреби людини з боку механізмів суспільства споживання. Втім, відповідальність несе держава за недбалство у моніторингових інспекціях товарів і послуг.

Науковці акцентують увагу і на інших причинах готовності індивідів то подібних кардинальних процедур із власним тілом. Так, наприклад, К. О. Поліщук вважає, що «використання інформаційно-комунікативних засобів наділяє людство надможливостями пам'яті і змінює сприйняття дійсності. Непотрібно запам'ятовувати сторінку або главу – функція пошуку Ctrl+F зробить це за вас. Відбувається формування моделі поведінки, при якій анулюється почуття ризику, так як усе можна скасувати, відновити, створити знову. За таким шаблоном сучасна людина, оточена новітнім софтом (програмним інструментами) у своїх портативних комунікаційних системах, звикає діяти і за межами цих маленьких пристроїв, у реальному житті» [6, С. 128]. Тобто, довіра до компетенції лікарів з області

пластичної медицини, що підкріплюється за допомогою різноманітних глянцевиx журналів і телепередач на зразок тих, де відбувається перевтілення з гидкого каченя на принцесу, і впевненість в тому, що все можна змінити і повернути назад, позбавляють почуття небезпеки і страху перед потенційними ризиками від таких хірургічних втручань.

Проаналізувавши сутність та зміст поняття «wellness-технології», ми дійшли висновку, що ключовими елементами, які визначають інтенсивність звертання до wellness- технологій є психологічні особливості, рівень доходів, рівень культури, спосіб життя, рівень інформованості особистості. Основні тенденції у звертанні споживачів до wellness-технологій мають соціальні витоки і пов'язані з адаптацією особистості до сучасного соціального простору. У будь-якому випадку сьогодні людині необхідно слідувати класичним тезам: помірність є запорукою здорового життя і замало бажання бути здоровим, для цього необхідні знання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стоян І. М., Іщенко Т. І., Шидловська О. Б. Сучасні тенденції розвитку wellness індустрії в Україні / І. М. Стоян, Т. І. Іщенко, О. Б. Шидловська // Teoria I praktyka-znaczeniebadań naukowych (Zbiórraportównaukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowi Praktycznej Konferencji 29.07.2013 - 31.07.2013 roku). – Lublin: Wydawca: Sp. z.o.o. «Diamondtradingtour», 2013. – 124 str.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М. : «Добросвет», 2000. – 387 с.
3. Калина М. С. Здоров'я як цінність сучасної української культури в умовах глобалізації / М. С. Калина // Практична філософія. Науковий журнал. – К., 2014. – № 4 (54). – С. 57-62.
4. Ильин А. Н. Культура, стремящаяся в никуда: критический анализ потребительских тенденций: монография / А. Н. Ильин. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2012. – 266 с.
5. Доній Н. Є. Соціальна девіталізація особистості в глобалізованому світі: філософська концептуалізація: автореф. дис...д-ра філософ. наук: 09.00.03 [Текст] / Н. Є. Доній; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2015. – 36 с.
6. Поліщук К. О. Вплив споживання інформаційних технологій на людство/ К. О. Поліщук // Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. – 2015. – № 4 (120). – С. 127-131.

Іванова Наталія Володимирівна кандидат філософських наук, доцент, завідувач відділення «Дошкільне виховання» Луцький педагогічний коледж

УДК 101.1:316+111.6

ЕВОЛЮЦІЯ МИСЛЕННЯ В ПРОСТОРІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ДІЯЛЬНІСНИЙ АСПЕКТ

Аналізується проблема мислення в контексті розвитку соціокультурної реальності. Досліджено соціальну сутність мислення у вимірах діяльнісного підходу. Показано стратегії розвитку інтелекту і мислення в новій соціокультурній реальності.

Ключові слова: мислення, інтелект, діяльність, соціокультурна реальність, творчість.

ЭВОЛЮЦИЯ МЫШЛЕНИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ РЕАЛЬНОСТИ: ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ АСПЕКТ

В статье анализируется проблема мышления в контексте развития социокультурной реальности. Исследована социальная сущность мышления в измерении деятельностного подхода. Показаны стратегии развития интеллекта и мышления в новой социокультурной