

УДК 130.2:141.7:316.7

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v051.2024.9>**Р. М. Гречкосій**ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-9022-7046>

докторант кафедри філософії

Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ NEW AGE ТА САМОДОПОМОГИ: МІЖ ОСОБИСТОЮ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ ТА КУЛЬТУРОЮ СПОЖИВАННЯ

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві споживання стрімке зростання New Age та практик самодопомоги відображає попит на персоналізований духовний досвід та шляхи до самовдосконалення. Ці практики часто позиціюються як інструменти для досягнення внутрішнього спокою та самореалізації. Однак водночас вони вкоренилися на споживчому ринку, перетворившись на різні товари, як семінари, додатки для медитації, послуги життєвого коучингу та оздоровчі реколекції. Цей зсув викриває істинну природу розширення можливостей, які пропонують ці практики, адже нерідко вони не підтримують індивідуальну автономію, а сприяють формуванню нових форм залежності, сформованих споживачькими цінностями. Комерціалізація духовності розмиває межу між справжнім самодослідженням і ринковим прагненням до «самопокращення», де самодопомога або самовдосконалення стає ще одним продуктом, спрямованим на задоволення суспільних потреб в успіху і щасті. Культурний наратив самодопомоги часто покладає відповідальність за подолання труднощів безпосередньо на людину, часто применшуючи структурні та соціальні чинники, наголошуючи на індивідуальній відповідальності, стійкості та продуктивності, іноді за рахунок суспільно-орієнтованих або системних рішень. У цьому контексті духовність New Age часто слугує основою, за допомогою якої люди інтерпретують та реагують на різні обставини, посилюючи фокус на особистій трансформації, а не на колективних діях. Те, якою мірою ця парадигма сприяє справжній особистій свободі чи увічнює ринкові ідеали, залишається важливим філософським питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження філософських основ руху New Age та практик самодопомоги демонструють їхню тісну взаємодію зі споживачькою культурою. М. Стуканов розглядає New Age як реакцію на відчуження, спричинене економічною системою, наголошуючи на значенні рефлексивних духовних практик, що пропонують альтернативу матеріалістичним цінностям. Подібну критику споживачьства висловлює О. Кісель, підкреслюючи, що навіть духовність та саморозвиток перетво-

рюються на товар, а їх коммодифікація є системним процесом, який інтегрує некомерційні сфери у ринкові механізми. Ж. Бодрійяр у своїй теорії симулякрів пояснює, як духовний досвід стає символічним товаром, позбавленим глибокого сенсу. В концепції Є. Іллуз аналізується емоційний капіталізм і показується, як духовні практики продаються як продукти для гармонії й самореалізації, слугуючи радше економічним цілям, ніж пошуку істини. М. Фуко описує, як сучасні системи влади заохочують самоспостереження та самодисципліну, що відповідає культурі самодопомоги, яка покладає відповідальність за благополуччя на окрему особу. У. Бек, у свою чергу, аналізує ризикове суспільство, де індивіди звертаються до духовних практик, щоб зменшити невизначеність і знайти опору у швидкозмінному світі. Проблема автентичності також отримує різностороннє висвітлення. Ч. Тейлор попереджає про небезпеку, коли прагнення до самовдосконалення формується під впливом споживчих трендів, а не глибокої рефлексії. Розгляд глобалізації та детериторіалізації у працях А. Аппадурая і Ч. Парtridge вказує на те, що New Age є не лише критикою споживачьства, а й частиною глобального «духовного ринку». Аппадурай акцентує на ролі медіа у поширенні New Age, що сприяє його адаптації до різних культур. Парtridge, у свою чергу, описує рух як перезачарування Заходу, підкреслюючи його плюралізм та інтеграцію у популярну культуру.

Мета статті – дослідити філософські підвалини культури самодопомоги та її інтеграцію в практики New Age в умовах розвитку культури споживання.

Виклад основного матеріалу дослідження. New Age є спектром вірувань і практик, які почали набувати поширення в останній третині ХХ століття. Джордж Гордон Мелтон, відомий американський релігієзнавець, у своїй «Енциклопедії New Age» описує рух New Age як такий, що поширився серед окултних та метафізичних релігійних спільнот у 1970-х та 1980-х роках. «Рух Нью Ейдж можна визначити за його первинним досвідом трансформації. Ньюейджері або пережили, або старанно шукають глибоку особисту

трансформацію від старого, неприйнятного життя до нового, захоплюючого майбутнього. Однією з визначних моделей такої трансформації є зцілення, яке породило, можливо, найбільший сегмент руху – рух за холистичне здоров'я» [8, с. 16]. Це визначення підкреслює, що рух New Age виник у контексті окултних та метафізичних спільнот, які прагнули до особистісної трансформації та зцілення, очікуючи настання нової ери гармонії та просвітлення. Передвісниками для становлення настанов напрямку стали праці К. Кастанеди, а також інших діячів, що почали наголошувати на важливості індивідуальних практик. Важливим підґрунтям для реалізації New Age на практиці стала психологія, завдяки якій артикулювалась концепція особистості, що є невід'ємною складовою світогляду даної течії.

Одним з базових принципів напрямку є те, що він виникає як реакція на поширення суспільства споживання. Економічний розвиток спричиняє інтерес до духовних практик. Про це зазначає М. Стуканов, окреслюючи специфіку New Age: «Актуальність цього духовного феномену є очевидною, адже йдеться про духовне вдосконалення людини, розширення свідомості не лише на основі активного соціального життя, але і рефлексивних практик, особливості культури психічної діяльності. Людина, з погляду такої ідеології, не може довіряти невблаганній логіці соціально-економічного розвитку. Логіка споживацького суспільства веде у безвихідь» [1, с. 89]. В цьому твердженні підкреслюється одна з ключових причин появи та популяризації New Age – реакція на процеси, що притаманні суспільству споживання. Ця течія націлена на подолання відчуження, породженого економічною системою, яка підпорядковує людину споживацьким практикам, нав'язуючи їй зовнішні стандарти щастя та успіху. Духовні практики New Age спонукають людину до пошуку альтернативи стандартам матеріального добробуту через рефлексію, індивідуальні ритуали та самопізнання, апелюючи до потреби в «особливій культурі психічної діяльності», що протистоїть швидкому темпу сучасного життя та спробі заповнити внутрішню порожнечу матеріальними благами.

На початку ХХІ століття цей феномен та його поширення можна розглядати як результат соціально-економічного розвитку, адже зростаючий доступ до інформації та економічні ресурси надають людині нові можливості, зокрема й доступ до духовних товарів та практик. Отже, парадоксальним чином ідея духовного вдосконалення у межах New Age одночасно протистоїть логіці ринку та співіснує з нею у вигляді комерціалізованого продукту, що продається як обов'язковий атрибут самовдосконалення. «Феномен надмірного споживання пов'язаний не тільки з надлишковим

попитом, але також з експансією споживання неспоживчої сфери. Об'єктами сучасного споживання стали, зокрема, спорт, політика, мистецтво, армія, освіта. Коммодифікація постає системним процесом упредметнення, екстраполяції споживчого механізму на раніше не ринкові соціальні галузі» [2, с. 36]. Надмірне споживання пов'язане не лише зі зростанням попиту, але й із проникненням споживчої культури у раніше неринкові сфери. У контексті сучасних тенденцій об'єктами споживання стають духовність, мистецтво, освіта та саморозвиток. Коммодифікація виступає системним процесом, що інтегрує ці галузі в механізми ринкових відносин.

Отже поява напрямку New Age виявляє його потенціал як критики споживацького суспільства, і водночас як його частину, де масове споживання стосується не лише матеріального, а й духовного наповнення. Таким чином актуалізується його амбівалентність та суперечливий характер. На відміну від традиційних релігійних доктрин, руху New Age відкидають інституційну владу і натомість пропагують індивідуальний духовний шлях. Ці практики включають медитацію, йогу, зцілення кристалами, mindfulness і лайф-коучинг, які часто продаються як інструменти для досягнення вищої свідомості та особистого розширення можливостей. Культура самопомогі, тісно пов'язана з духовністю New Age, обертається навколо ідеї, що люди мають вроджену здатність долати перешкоди і досягати особистого успіху через самоаналіз і самодисципліну. Обґрунтувати дану практику, можна скориставшись ідеєю біовлади Мішеля Фуко [6]. В своїх працях мислитель описує способи, якими сучасні системи влади регулюють життя людей, заохочуючи самодисципліну і самоспостереження. У контексті культури самопомогі людей часто переконують, що вони повинні взяти на себе повну відповідальність за власний добробут, успіх і щастя. Така саморегуляція узгоджується з неоліберальною ідеологією, в якій особисті невдачі сприймаються як брак зусиль, а не як результат зовнішніх структурних факторів. Аналіз владних відносин, Фуко, допомагає усвідомити, що риторика самопомогі може тонко підкріплювати відповідність суспільним нормам, формулюючи самовдосконалення як індивідуальний моральний обов'язок. Ці практики часто обіцяють не лише самовдосконалення, але й відчуття приналежності до світу, який стає дедалі більш фрагментованим.

Наприклад, практика mindfulness (усвідомленості) спрямована на зниження рівня стресу, тривожності та депресивних проявів, які значно загострилися в період пандемії по всьому світу, а в Україні посилюються з початком повномасштабного вторгнення. Цей підхід акцентує увагу на здатності перебувати у моменті «тут і зараз»,

приймати власні думки, почуття та фізичні відчуття без критики та зайвого аналізу. Опанування технік усвідомленості дозволяє не лише зменшити психоемоційне напруження, а й підвищити рівень саморегуляції, сприяючи досягненню внутрішньої рівноваги та гармонії. Витоки концепції пов'язані з діяльністю американського професора Джона Кабата-Цинна, який у 1970-х роках, поєднавши принципи дзен-буддистської медитації та сучасні підходи до терапії, розробив методику «усвідомленої медитації». Її ключовим елементом був 8-тижневий курс, спрямований на навчання пацієнтів контролю власного стану та ефективного подолання стресу. Ця програма лягла в основу діяльності першої клініки для зменшення стресу, створеної Кабатом-Цинном, і здобула міжнародну популярність як ефективний інструмент боротьби зі стресом у сучасному суспільстві. Завдяки своїй універсальності та адаптивності, mindfulness зайняла центральне місце у практиках самопомогі й стала важливою частиною культурного тренду на самовдосконалення, підтримуючи прагнення сучасної людини до стабільності та гармонії у світі, який швидко змінюється. Чарльз Тейлор досліджує концепцію автентичності, підкреслюючи, що люди прагнуть жити відповідно до свого «справжнього Я», а не зовнішніх очікувань. Однак він також попереджає про небезпеку того, що він називає «м'яким релятивізмом» – тенденцію переслідувати поверхневі поведінкові практики, сформовані споживацькими тенденціями, а не глибокою саморефлексією. «Тотальний і повністю послідовний суб'єктивізм прагнув би до порожнечі: ніщо не вважалося б реалізацією у світі, в якому буквально ніщо не було важливим, окрім самореалізації» [10, с. 507].

Однак у контексті сучасної споживацької культури нерідко духовні практики стали комерціалізованими. Їх упаковують і продають як ринкові продукти – від книжок і онлайн-курсів до оздоровчих ретритів і брендів стилю життя – покликані задовольнити зростаючий попит на особистісне зростання. Комерціалізація духовності означає процес, за допомогою якого духовний досвід і практики перетворюються на товари для продажу на споживчому ринку. Замість того, щоб бути виключно осмисленими, екзистенційними подорожами, духовні практики стають доступними для купівлі послугами і товарами. Цей процес перетворює духовність на аксесуар стилю життя, де самоцінність і просвітлення часто символізуються матеріальним споживанням (наприклад, купівлею кристалів або відвідуванням ексклюзивних реколекцій). Духовний досвід зводиться до того, що Жан Бодрійяр називає «симулякрами» – репрезентаціями, які замінюють первісне значення порожніми символами автентичності [4].

У контексті духовності New Age симулякри проявляються у формі комерціалізованих духовних символів – таких як кристали, карти таро чи брендовані медитативні програми, – які обіцяють глибоку духовну трансформацію, але натомість можуть пропонувати поверхневе виконання сенсу. Виходячи з концепції Бодрійяра це явище ілюструє, як споживацька культура замінює пошук істини символічними жестами, розрахованими на масову аудиторію, перетворюючи таким чином духовність на видовище.

Рух New Age виступає як глобальний культурний феномен, що відображає перетин духовних пошуків і ринкової глобалізації. Арджун Аппадурай у роботі аналізує роль глобальних культурних потоків у формуванні духовних практик. Надзвичайно важлива роль електронних медіа в сучасній культурі сприяє тому, що рухи New Age поширюються. Медіа діють як каталізатор для побудови та поширення духовних наративів. Електронні медіа надають ресурси для самоусвідомлення себе як повсякденного соціального проекту. Завдяки розвитку медіа відбувається процес детериторізації, який призводить до того, що практики New Age втрачають свій локальний характер. «Детериторіалізація створює нові ринки для кінокомпаній, мистецьких імпресаріо та туристичних агенцій, які процвітають на потребі детериторіалізованого населення у зв'язку з батьківщиною» [3, р. 49]. Духовність New Age часто спирається на детериторіалізовані традиції, адаптуючи такі практики, як йога, медитація та ритуали, до глобалізованих, гібридних форм. Це підкреслює плинність культурного і духовного обміну, що є ключовим для цього руху. Окрім цього формування спільнот навколо спільних духовних практик також уможливлюється через поширення спільного досвіду за посередництвом медіа. «Частиною того, що роблять можливим засоби масової інформації... є «спільнота почуттів», група, яка починає уявляти і відчувати речі разом» [3, р. 8].

Сучасний дослідник Крістофер Партрідж розглядає New Age як «духовний ринок», що характеризується плюралізмом і гібридністю. В його книзі «Перезачарування Заходу: Альтернативні духовності, сакралізація, популярна культура та окультурення» досліджується відродження духовних практик і вірувань у сучасних західних суспільствах, кидаючи виклик ідеї, що сучасність позначена виключно секуляризацією. Партрідж стверджує, що всупереч тезі про секуляризацію, сучасний Захід переживає «перезачарування», коли традиційні релігійні інституції можуть занепадати, але духовні вірування і практики продовжують процвітати в нових формах. Це перезачарування відображає перехід від інституціоналізованої релігії до альтернативних духовностей, які наголошують на особистому досвіді

та плюралізмі. Автор окреслює зростання альтернативних духовних течій, серед яких згадує не лише New Age, а й неоязичництво та окультистні практики. Ці рухи часто поєднують духовність з популярною культурою, створюючи те, що Парtridge називає «окультизмом» – суміш окультистних і культурних форм самовираження. «Еклектика, притаманна духовності New Age, віддзеркалює поведінку споживачів, які шукають різноманітності в суспільстві, керованому ринком» [9, с. 112]. Він наголошує, що медіа, музика і кіно слугують платформами для духовних досліджень, дозволяючи духовним темам проникати в масову культуру. Духовність все більше вплітається в повсякденне життя через велнес-практики, холістичне здоров'я, екологію та рухи самодопомоги і така сакралізація переосмислює духовність як особисту і практичну подорож, а не як інституційну чи догматичну структуру. Глобалізація, на його думку, відіграє вирішальну роль у поширенні альтернативних духовностей, оскільки ідеї різних культурних і релігійних традицій поєднуються в гібридні форми віри. Автор прагне показати як такі практики, як йога, медитація та астрологія, були адаптовані до західного індивідуалізму, зберігши при цьому елементи свого східного чи корінного походження. «У контексті сучасного споживацтва духовність New Age часто наголошує на особистому виборі та індивідуалізмі, узгоджуючи духовні практики зі споживачькими вподобаннями» [9, р. 89]. Ця думка Парtridge засвідчує, що пристосовуючись до споживчих вподобань, New Age дозволяє індивідуумам обирати свій духовний шлях так само, як вони обирають інші товари для способу життя. Ця гнучкість резонує з цінностями індивідуальної автономії та свободи вибору, але також посилює комерціалізацію духовності. Духовні пошуки, колись глибоко вкорінені в традиціях спільнот практиках, тепер переосмислюються як персоналізовані.

Комерціалізація духовних практик на світовому ринку перетворила духовність та емоції на прибуткову індустрію. Єва Іллуз у своїй книзі «Холодна близькість: формування емоційного капіталізму» аналізує, як емоції та стосунки стають частиною економічної системи та культурного споживання. «Емоції, які колись вважалися приватними та інтимними, все більше формуються під впливом економічної логіки та інституціоналізованих рамок. Ця трансформація відображає те, як особисте життя вбудовується в ринок і зазнає його впливу» [7, с. 5]. Іллуз стверджує, що в сучасному світі емоції дедалі частіше набувають товарного характеру. Це твердження можна екстраполювати на New Age, де гармонія, душевний спокій та внутрішнє відновлення стають предметами продажу. Однією з центральних ідей Іллуз є теза про те, що сучасна людина постійно

намагається працювати над собою, застосовуючи терапевтичні методи. У цьому контексті New Age пропонує подібний підхід, заохочуючи людей до пошуку гармонії через практики усвідомленості, йоги чи саморефлексії. Такі практики не лише обіцяють вирішення особистих проблем, але й відповідають вимогам сучасного суспільства, що очікує від індивіда високого рівня самоконтролю.

Аналогічно, Ульріх Бек у «Risk Society: Towards a New Modernity» (1992) пропонує концепцію «суспільства ризику», де аналізує сучасний соціальний порядок, орієнтований на управління та уникнення ризиків, що породжуються самим процесом модернізації. «Поняття ризику безпосередньо пов'язане з поняттям рефлексивної модернізації. Ризик можна визначити як систематичний спосіб боротьби з небезпеками, які індукуються та запроваджуються самою модернізацією. Ризики, на відміну від старих небезпек, є наслідками, які пов'язані із загрозливою силою модернізації та її глобалізацією сумнівів. Вони є політично рефлексивні» [5, с. 21]. Його аналіз демонструє, що традиційні інститути втрачають свою стабільність, а індивіди стикаються з новими формами невизначеності, створюючи контекст для розуміння популярності нових рухів. Бек стверджує, що сучасна людина живе у світі, де невизначеність стала звичним станом, а традиційні системи підтримки, такі як релігія чи сім'я, втратили свій вплив. В таких умовах й виникає підґрунтя для появи інших індивідуальних рішень для подолання відчуття тривоги та екзистенційного ризику через медитацію чи духовну рефлексію. У суспільстві ризику, за Беком, відповідальність за благополуччя перекладається на окрему особу. Бек зазначає, що сучасний ринок активно продає способи зниження ризику або компенсації його наслідків. Глобалізація загострює відчуття ризику, роблячи його транснаціональним і міжкультурним. New Age відповідає на ці виклики, поєднуючи елементи духовних практик із різних культур і створюючи нову форму універсального, але персоналізованого сенсу життя. Отже, духовність New Age займає складну позицію в глобальній споживачькій культурі: вона пропонує критику матеріалізму, водночас беручи участь у його структурах через комерціалізацію духовного досвіду. Ця подвійна роль піднімає важливі питання про автентичність духовної спроможності у світі, де все більше панує споживання.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Рух New Age та практики самодопомоги є прикладом відповіді на духовні та екзистенційні виклики сучасного суспільства споживання. Цей рух виник в окультистних і метафізичних спільнотах, просуваючи ідеали особистої трансформації та зцілення в очікуванні «нового віку» гармонії та просвітлення. Однак його

зростання і комерціалізація піднімають значні філософські питання. Ідеї Мішеля Фуко допомагають пояснити, як культура самодопомоги узгоджується із загальними суспільними тенденціями. Його концепція показує, як люди захочуються до засвоєння систем самодисципліни та самоконтролю. Ця динаміка очевидна в індустрії самодопомоги, де особисте благополуччя та успіх часто формулюються як індивідуальна відповідальність, відсуваючи на другий план структурні чинники. Такі наративи, хоча на перший погляд і надихають, можуть ненавмисно посилювати споживацькі ідеали, комерціалізуючи самовдосконалення та прив'язуючи його до очікувань, зумовлених ринковою кон'юнктурою.

Поняття симулякрів Жана Бодріяра дає подальше розуміння парадоксу духовності New Age. Духовні практики, такі як йога, медитація чи усвідомленість, хоч і мають коріння у давніх традиціях, часто перепаковуються у споживчий досвід, розрахований на масову аудиторію. Цей процес ризикує замінити автентичну духовну глибину символічними репрезентаціями, які задовольняють потреби споживачів, але не сприяють глибокому особистому дослідженню, яке ці практики спочатку обіцяли.

Крістофер Партрідж пропонує переконливу перспективу, описуючи New Age як «духовний ринок». Пліуралістична та гібридна природа руху дозволяє індивідуумам курувати власні духовні шляхи. Хоча ця гнучкість відповідає сучасним культурним цінностям вибору та автономії, вона також віддзеркалює поведінку споживачів, які орієнтуються на ринку, де духовні пошуки ризикують стати аксесуаром стилю життя, а не трансформаційною подорожжю.

Роздуми Чарльза Тейлора про автентичність застерігають від пасток «м'якого релятивізму» в культурі самодопомоги. Він стверджує, що пошук «автентичного Я» вимагає глибоких роздумів і зв'язку з вічними цінностями, а не лише поверхневої відповідності ринковим тенденціям. Духовність New Age, сприяючи розвитку почуття індивідуальності, повинна бути критично вивчена, щоб переконатися, що вона служить справжньому особистісному зростанню, а не увічненню поверхневих споживацьких практик.

Підсумовуючи, можна сказати, що рух New Age та практики самодопомоги відображають складну взаємодію між духовними прагненнями та споживацькою культурою. Хоча вони мають потенціал кинути виклик матеріалізму і сприяти особистісному розвитку, їхня комерціалізація підкреслює протиріччя ринкового підходу до духовності. Розуміння цієї динаміки вимагає не лише філософського дослідження, але й критичного аналізу культурного та економічного контекстів, в яких вони існують.

Література

1. Стуканов М. Соціальні виміри культури психічної діяльності в русі "New Age". *Проблеми гуманітарних наук*. Філософія, 2014. Вип. 33. С. 89–105.
2. Кісель О. Феномен суспільства споживання: ціннісно-культурні виміри. Вісник Дніпровської академії неперервної освіти «Філософія. Педагогіка, 2022. № 1 (2). С. 34–39.
3. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. 7-th edition. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2005. 229 p.
4. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press, 1994. 164 p.
5. Beck U. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SAGE Publications, 1992. 260 p.
6. Foucault M. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books, 1995. 333 p.
7. Illouz E. *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2007. 144 p.
8. Melton J.G., Clark, J., Kelly, A.A. *New Age encyclopedia: a guide to the beliefs, concepts, terms, people, and organizations that make up the new global movement toward spiritual development, health and healing, higher consciousness, and related subjects*. Detroit : Gale Research Inc., 1990. 170 p.
9. Partridge Ch. *The Re-Enchantment of the West. Volume 1 Alternative Spiritualities, Sacralization, Popular Culture and Occulture*. Bloomsbury Publishing, 2005.
10. Taylor C. *Sources of the Self: The Making of Modern Identity*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989. 601 p.

Анотація

Гrechokiy P. M. Філософські основи New Age та самодопомоги: між особистістю трансформацією та культурою споживання. – Стаття.

У статті проаналізовано філософські підвалини руху New Age та практик самодопомоги, які тісно переплітаються з культурою споживання. Автор зосереджує увагу на тому, як ці практики, пропагуючи ідеї особистої трансформації та внутрішньої гармонії, одночасно зазнають впливу комерціалізації. У статті досліджується, як ринкові механізми трансформують духовність, перетворюючи її на продукт споживання.

Робота базується на аналізі концепцій провідних мислителів, таких як Мішель Фуко, Жан Бодрійяр, Чарльз Тейлор, Єва Іллуз, Арджуна Аппадурая та інші. Висвітлюється амбівалентна природа New Age, яка, з одного боку, протистоїть матеріалізму, але з іншого – інтегрується в структури ринкових відносин. Особлива увага приділяється концепції самодопомоги, яка у сучасній культурі все частіше розглядається як обов'язкова складова успішного життя. Практики, такі як медитація, mindfulness, лайф-коучинг та оздоровчі ретрити, піддаються впливу споживацьких тенденцій, зберігаючи водночас претензію на духовну глибину.

Жан Бодрійяр у своїй концепції симулякрів показує, як духовні практики можуть втрачати первинну суть, замінюючись символами, створеними для масового споживання. Цей аналіз демонструє, що рух New Age не лише кидає виклик споживацтву, але й активно співіснує з ним, пропонуючи нові форми товаризації

духовності. Розглянуто ідеї Чарльза Тейлора щодо автентичності та ризиків «м'якого релятивізму», коли прагнення до самовдосконалення стає поверхневим, пристосованим до ринкових стандартів. А. Аппадурай звертає увагу на роль глобалізації та медіа у поширенні New Age. Він підкреслює, що сучасні технології й детериторіалізація дозволяють адаптувати традиційні духовні практики до глобалізованих форм. Такі інструменти, як mindfulness, медитація чи ретрити, втрачають локальні особливості, стаючи універсальними продуктами для масового споживання. Водночас цей процес сприяє формуванню «спільнот почуттів», об'єднаних спільними духовними пошуками. Розглянута проблема має значний науковий інтерес, адже вона піднімає важливі питання про свободу вибору та значення духовності в умовах глобалізованого світу.

Ключові слова: New Age, самодопомога, споживання, філософія, комерціалізація, духовність.

Summary

Grechkosiy R. M. Philosophical foundations of New Age and self-help: between personal transformation and consumer culture. – Article.

The article analyses the philosophical foundations of the New Age movement and self-help practices, which are closely intertwined with consumer culture. The author focuses on how these practices, while promoting ideas of personal transformation and inner harmony, are simultaneously influenced by commodification. The article examines how market mechanisms transform spirituality, turning it into a consumer product.

The study is based on the concepts of prominent thinkers, such as Michel Foucault, Jean Baudrillard, Charles Taylor, Eva Illouz, and Arjun Appadurai. It

highlights the ambivalent nature of New Age, which on the one hand opposes materialism, but on the other integrates into the structures of market relations. Special attention is given to the concept of self-help, which in modern culture is increasingly seen as an essential component of a successful life. Practices such as meditation, mindfulness, life coaching, and wellness retreats are influenced by consumerist trends while retaining claims to spiritual depth.

Jean Baudrillard's concept of simulacra illustrates how spiritual practices may lose their original essence, becoming symbols designed for mass consumption. This analysis shows that the New Age movement not only challenges consumerism but also actively coexists with it, offering new forms of spiritual commodification. The ideas of Charles Taylor regarding authenticity and the risks of "soft relativism" are also explored, as the pursuit of self-improvement may become superficial and aligned with market standards.

Arjun Appadurai draws attention to the role of globalisation and media in spreading New Age. He emphasises that modern technologies and deterritorialisation enable traditional spiritual practices to adapt to globalised forms. Tools such as mindfulness, meditation, and retreats lose their local specificity, becoming universal products for mass consumption. At the same time, this process fosters the formation of "communities of feeling," united by shared spiritual quests.

The problem addressed in this article is of significant academic interest, as it raises important questions about freedom of choice and the meaning of spirituality in a globalised world.

Key words: New Age, self-help, consumption, philosophy, commodification, spirituality.