

цю людину розімкнути свої межі. Відсунувши свою індивідуальність на задній план, вона прирекла себе бути посередністю. Ігноруючи унікальне у собі, людина маси руйнує сама себе. У цьому полягає деструктивність її поведінки у стосунку до себе самої. Щодо інших членів суспільства, її діяльність теж є руйнівною, позаяк вона вважає за власне моральне право накидати свої погляди усім членам суспільства. При цьому часто вона робить це способом «безпосередньої дії», використовуючи силу та примус.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ортега-і-Гассет. Вибрані твори / пер. з іспанської В. Бурггардта, В. Сахна, О. Товстенко. Київ : Основи, 1994. 420 с.
2. Шаповал Н. В. Деструктивність человеческого поведения: философский анализ : вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії». Харків : ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2017. Вип. 57. С. 93-98.

*Насипана М.*

*Науковий керівник –доц. Грушко В. С.*

### СПОЖИВАЦТВО ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

Перехід сучасних ринкових суспільств до епохи постмодерну пов'язаний з низкою соціокультурних змін, які безпосередньо стосуються феномена споживання. Одна з головних особливостей суспільства постмодерну – зміна місця й функцій споживання в житті суспільства. Споживання, будучи однією з найважливіших сфер життєдіяльності людини, займає ключове місце в сучасному українському суспільстві, набуває все більшого значення, перетворюючись у споживацтво. Дослідження суспільства споживання є досить актуальним на сучасному етапі розвитку України, оскільки наша держава вступає в єдиний економічний простір з країнами ЄС, тим самим ризикуючи потрапити під вплив споживацької культури. Вивчення суспільства споживання є необхідністю, оскільки держава при приєднанні до ЄС буде змушена орієнтуватися на досягнення рівня життя наших громадян до рівня європейців і змушуватиме підприємців піднімати рівень якості товарів та послуг до європейських.

Соціологи відзначають поширення в українському суспільстві споживацької ідеології, яка в 90-ті роки ХХ століття стає панівною й характеризується орієнтацією на гедоністичні принципи в житті людей, пропагандою швидкого, негайного збагачення за будь-яку ціну, споживання дорогих престижних речей, розкішного життя. В цей період з'явився дискурс «суспільства споживання» – ідея, згідно з якою сучасні суспільства все більшою мірою виявляються організованими навколо споживання.

Споживання завжди було в центрі дослідження відомих представників економічної науки. Характер споживання в постсучасних суспільствах описується в роботах західних учених другої половини ХХ століття: М. Фезерстоуна, Ж. Бодріяра, Д. Ліона, С. Майлза, Дж. Рітцера, П. Бурдьє, Е. Фромма. Різні його аспекти розглядали М. Вебер, Т. Веблен, Дж. Гелбрейт, У. Джевонс, Г. Госсен, Г. Зіммель, Дж. Кейнс, Т. Мальтус, К. Маркс, А.Маршалл, Дж. Мілль, В. Парето, Д.Рікардо, А. Сміт, М. Туган–Барановський, А. Тюрго, І.Фішер, М. Фрідман та ін. Більшість авторів відзначають, що в сучасному суспільстві підсилюється символічна функція споживання, а споживацтво як його викривлена форма стає свого роду ланкою, частиною більш широкого символічного обміну, у який залучені всі члени суспільства.

Аналіз наукових джерел з цієї проблематики дозволяє стверджувати, що сьогодні відсутнє спеціальне наукове дослідження, в якому представлено комплексний соціологічний зріз споживацтва в українському суспільстві. Здійснення такого аналізу дозволить на практиці реалізувати концепцію суспільства споживання, а також мінімізувати негативні наслідки споживацтва.

Мета дослідження – проаналізувати особливості споживацтва як соціального феномена сучасності.

Споживання – це процес задоволення потреб матеріальними і духовними благами. Культура споживання починаючи з кінця ХІХ століття зазнала незворотних змін: від суспільства, орієнтованого на виробництво, до суспільства, орієнтованого на споживання, в

якому домінують бюрократичні установи та корпорації. Глобалізація породила суспільство споживання, яке слід розуміти як доведений до крайнощів капіталізм та крайню форму співіснування індивідуалізму та масовості. [8, с. 32].

Глобалізація сприяє трансформації відносин у суспільстві, появі нових форм соціальної організації, утвердження суспільства споживання. Епоха глобалізації супроводжується зростанням віртуального споживання, спроби концептуалізації якого створені в Німеччині А. Бюлем і М. Паетау, в Канаді – А. Крокером і М. Вейнстейном. Епоха споживання в добу глобалізації породжує єдину форму освоєння його простору – споживати у різноманітних формах – матеріальній і духовній.

Першим, хто заговорив про поняття споживацтва у близькому до сучасного розумінні, був американський соціолог Т. Веблен, який створив теорію «демонстративного споживання». Теорія розглядає споживацьку поведінку як таку, що виходить далеко за межі задоволення первинних потреб і починає слугувати в першу чергу зростанню соціального престижу [10, с. 30].

В 1920–х та 1930–х в США формується справжня споживацька культура. У зв'язку із економічним процвітанням і фордизмом формується споживацький середній стан. Технічний розвиток і асортимент товарів споживання (передусім товарів для домогосподарства, радіо та автомобілів) змушують споживача все більше прагнути до них. Через таку культуру нового матеріалізму традиційні норми і цінності малих міських общин скасовуються, як це довели в своїх «middletown studies» (1929 та 1937) соціологи Р. Лінд та Г. Лінд [14, с. 51].

Після Другої світової війни, у зв'язку зі зростанням індивідуалізації у суспільстві, культура споживання поширюється на Європу. Споживацтво починає активно слугувати конструюванню ідентичностей. «Люди більше не можуть ідентифікувати себе із приналежності до груп чи походження, вони визначають себе самі через накопичення і споживання старанно підібраних продуктів» [4, с. 43].

Споживання вітчизняними та зарубіжними вченими розглядається як еволюційно стійке явище. Зараз споживання перетворюється на систематичне маніпулювання знаками, що поступово персоналізує речі та перекомбінує всі людські стосунки на консьюмеричні. Сучасне споживання має справу не з речами, а з культурними знаками (процес обміну якими безперервний і нескінченний), котрі співвідносяться в рамках структурного коду. Вони дедалі частіше не мають жодного стосунку до самої людини та її природи, «це знаки дегуманізованої культури, в якій людина відчужена» [11, с. 95].

Споживацтво в сучасному світі споживання стає свого роду згубною залежністю, коли розвивається оніоманія. Для людини, що страждає на таку залежність, товари втрачають власну значимість і стають лише символом причетності до якоїсь суспільної групи. Ідея можливості досягнення соціальної переваги через споживання породжує у свідомості покупця віру в те, що сам акт купівлі здатний доставити більше задоволення, ніж власне продукт, який отримується. «Людське щастя ставиться в залежність від рівня споживання, споживання стає метою і сенсом життя» [13, с. 72].

В. Тарасенко виділяє такі риси суспільства споживання:

1. У споживанні, яке виходить за межі боротьби за фізичне існування, різною мірою бере участь переважна більшість населення. За 55 років особисті видатки на товари і послуги в світі зросли більш ніж в чотири рази, з 4,8 млрд доларів в 1960 році до 20 млрд в 2015 році.

2. У торгівлі та сфері обслуговування зменшується роль маленьких магазинів. З'являються великі торговельні центри (супермаркети, гіпермаркети) а шопінг стає формою дозвілля значної частини населення.

3. Економіка тісно переплітається з культурою споживання. Реклама товарів та послуг формує бажання, моду, норми поведінки, інтереси, і навіть духовні цінності.

4. Конкуренція виробників породжує конкуренцію споживачів. Людина в суспільстві споживання прагне споживати так, щоб, з одного боку, бути «не гірше за інших», а з іншого – «не зливатися з юрбою». Індивідуальне споживання відображає не тільки соціальні характеристики споживача, будучи демонстрацією його соціального статусу, але й особливості його індивідуального способу життя (ідентичність).

6. Суттєво змінюється структура вартості товарів. Нерідко до неї входить надбавка за торгову марку (бренд) відомої фірми–виробника. При цьому товари відомих фірм можуть

коштувати в декілька разів більше ніж їх аналоги менш відомих виробників, які не поступаються їм якістю.

7. З'являється розвинена система кредитування, банківські картки, дорожні чеки, карти постійних покупців тощо. Все це прискорює процес прийняття рішень при покупках.

8. Система кредитування перетворюється в основу соціального контролю, коли благополуччя ґрунтується на речах, придбаних в кредит, і залежить від стабільного заробітку. Крім прямих кредитів, споживач оплачує вартість кредитів виробників і реалізаторів.

9. Мода на одяг та інші товари змінюється майже щосезону. У суспільстві споживання людина, що «відстала» від моди часто ризикує почувати себе нещасною, хоча має достаток та гарні речі.

10. Революція у сфері комунікацій призводить до формування нового інформаційного простору. Доступ до цього інформаційного простору є платним. Комунікації між людьми здійснюються через провайдерів, з якими треба укласти договори та платити за комунікації гроші [14, с. 42-43].

Значна критика ідеології споживацтва розвивається в релігійному середовищі. З релігійної точки зору, воно ігнорує духовні цінності, якщо вони поза сферою ринкових відносин, заохочує пристрасті, емоції в той час, як всі основні релігії закликають до їх приборкання, обмеження. Прикладом критики споживацтва в християнстві є енцикліка папи римського Іоанна Павла II «Centesimus Annus» (1991), згідно з якою споживацтво – один з найнебезпечніших наслідків радикальної форми капіталізму. Наявним станом споживацтва занепокоєні також енвайронменталісти. Вони вважають, що «споживацтво і продиктована ним маркетингова діяльність згубно впливають на і без того обмежені природні ресурси планети» [1, с. 19].

У сучасному суспільстві поряд з апологією споживацтва виникає і його опозиція. Одним з проявів такого протистояння є намагання деяких людей, що вже досягли певного успіху, скоротити споживання, згорнути свою життєву активність і перейти до помірному, спокійного життя [5]. Вченими розглянуто економічні аспекти різних типів споживацької свідомості, а саме: наслідки економічної кризи, надмірне захоплення кредитами на купівлю споживчих товарів. Серед активних споживачів зазнають труднощів з кредитами 10%, а серед консервативних споживачів таких трохи більше – 14% [8]. Багато родин змушені скоротити своє споживання через економічні труднощі. Приблизно половина населення змушена більше заощаджувати на продуктах харчування й предметах першої необхідності, як це відбувається в Україні [15].

Незважаючи на позитивні тенденції стабілізації економіки і деякого підвищення споживання, його рівень в Україні досить невисокий. Причиною цього є низькі доходи населення, що формують специфічну споживацьку культуру бідності. Так, за розрахунками фахівців Світового банку, поріг абсолютної бідності для мешканців країн Східної Європи становить

4,3 долара США на добу, тобто 130 доларів на місяць. У той же час, Законом України «Про Державний бюджет України на 2019 рік», прожитковий мінімум встановлений у розмірі 1921 грн. на місяць, або 73 долари.

Рівень споживання є соціальною й економічною категорією, а, отже, залежить від таких макроекономічних показників, як обсяг ВВП, рівень безробіття, індекси інфляції та реальної заробітної плати. Революція 2013-2014 років, а згодом анексія Криму Росією та збройний конфлікт на сході України, значно ускладнили економічну ситуацію. ВВП зменшився у 2014 році на 28,1%, а в 2015 році – ще на 31,3%, при цьому у 2016 році виріс лише на 2%, у 2017 році – на 3% [2]. При цьому скорочення виробництва призвело до зростання безробіття і зменшення споживання.

Збільшення масштабів бідності позначилося на структурі споживання домогосподарств. Багато родин були змушені економити і не мали змоги заощаджувати. У цілому в 2017 році частка витрат на їжу збільшилася до 53,9%, при цьому значно збіднів раціон [2]. Бідні домогосподарства, які не могли забезпечити навіть повноцінне харчування, мали обмежені можливості для придбання непродовольчих товарів та послуг. Зважаючи на середні ціни таких непродовольчих товарів як одяг та взуття, можна стверджувати, що населення переважно купує

товари низької якості. До того ж, лише незначна частина цих товарів має відповідні сертифікати якості та інші документи, що підтверджують безпечність їх використання.

Модель споживчої поведінки – купувати нові товари «тут і негайно» почала поширюватися в українському суспільстві порівняно недавно – останні два десятиліття. Вже на початку 2000-х для населення стало звичною справою брати гроші в кредит у банку або позичати у кредитній спілці. При цьому кількість кредитів і їх загальна сума не сприймалися як потенційна загроза майбутньому благополуччю. Певна частина населення навіть брала стільки кредитів і на таку суму, які банки погоджувалися видавати. Населення перейшло від накопичення та споживання за рахунок витрачання накопичених ресурсів до «життя в кредит».

Одним з проявів інформаційно-споживчого суспільства в Україні є інтернет-комерція, купівля-продаж речей через Інтернет. Цей вид споживчої діяльності прийнято називати «е-комерція», тобто електронна комерція. Серед тих, хто користувався послугами е-комерції, найчастіше оплачували через Інтернет інформацію (40%). Купівлю речей здійснювали через Інтернет 19% опитаних (серед активних споживачів – 26%), трохи менше оплачували розваги – 15%, проводили фінансові операції через Інтернет – 8%. Найпоширенішим мотивом користування Інтернетом є зручність [16].

Таким чином, попри зниження рівня споживання, в Україні поступово формується нова споживацька культура, пов'язана із новою інформаційною культурою та занепадом традиційної моралі.

Отже, споживання – кінцева фаза суспільного відтворення, на якій суспільний продукт використовується для задоволення потреб людей. В сучасний період культура споживання зазнала незворотних змін, починаючи з кінця XIX століття: від суспільства, орієнтованого на виробництво, до суспільства, орієнтованого на споживання, в якому домінують бюрократичні установи та корпорації. Процес глобалізації супроводжується віртуальним споживанням, при цьому економіка переплітається з культурою споживання. Реклама товарів та послуг формує бажання, моду, норми поведінки, інтереси, цінності, а споживацтво в сучасному світі споживання стає згубною залежністю, чинником оніоманії. Рівень споживання в Україні, незважаючи на позитивні тенденції стабілізації економіки, невисокий. Причиною цього є низькі доходи населення, що формують специфічну споживацьку культуру бідності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бергер П. Капіталістична революція : 50 пропозицій щодо процвітання, рівності і свободи / П.Л. Бергер. – К. : Вища школа, 2005. – 247 с.
2. Державна служба статистики України. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2017 році. – К. : Державна служба статистики України, 2018. – 380 с.
3. Державна служба статистики України. Самооцінка домогосподарствами рівня своїх доходів (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств у січні 2017 року). – К. : Державна служба статистики України, 2018. – 76 с.
4. Зоська Я. В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні : монографія / Я.В. Зоська. – Запоріжжя : Класичний приватний ун-т, 2011. – 350 с.
5. Зоська Я. В. Индекс потребительских настроений – показатель социальных изменений / Я. В. Зоська // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В.Каразіна. Соціол. дослідж. сучас. сусп-ва : методологія, теорія, методи. – 2016. – № 462. – С. 68-71.
6. Ильин В. И. Поведение потребителей / В. Ильин – СПб. : Питер, 2010. – 224 с.
7. Кларк Дж. Распределение богатства / Дж. Кларк. – М. : Экономика, 1992. – 447 с.
8. Коваліско Н. В. Методологічне обґрунтування та виділення моделей споживання на емпіричному рівні / Н. В. Коваліско, Н. В. Домбровська // Міжнародний науковий форум : соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2012. – Вип. 8. – С. 32-43.
9. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів : теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
10. Погоріла Л.М. Ключові фактори і принципи соціально відповідального споживання / Л. М.Погоріла // Бізнес Інформ. – 2017. – №2. – С. 30-34.
11. Стрижова И. А. Общество потребления в эпоху глобализации : социально–политические аспекты : монографія / И.А. Стрижова, А.В. Музыченко. – Одесса : ЮНПУ им. К. Ушинского, 2014. – 200 с.
12. Суліма Є.М. Глобальний соціальний порядок постіндустріалізму : монографія / Є.М. Суліма. – К. : Генеза, 2014. – 336 с.
13. Сюсель Ю. Соціофілософський аспект споживацької поведінки як комунікативної дії : монографія / Ю. Сюсель. – К. : Інтерсервіс, 2017. – 182 с.

14. Тарасенко В. І. Соціологія споживання : методологічні проблеми / В. І. Тарасенко. – К. : Наукова думка, 2003. – 165 с.
15. Український соціум / [О.С.Власюк, В.С.Крисаченко, М.Т.Степико та ін.] ; за ред. В.С. Крисаченка, – К.: Знання України, 2015. – 792 с.
16. Черенько Л.М. Нові форми бідності в Україні : основні прояви та оцінка / Л.М. Черенько // Демографія та соціальна економіка. – 2016. – №1. – С.11-21.

*Пекар О.*

*Науковий керівник – доц. Грушко В. С.*

## ГЕНЕЗИС ТЕОРІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розкрито процес зародження, становлення та розвитку інформаційного суспільства. Досліджено особливості концепцій інформаційного суспільства в роботах провідних вчених.

Ключові слова: інформаційне суспільство, технократичне суспільство, технократична революція, інформація, технології.

Актуальність теми зумовлена необхідністю виявити засадничі особливості сучасного періоду розвитку суспільства на основі висновків здійснених у теоріях постіндустріального, інформаційного суспільства. Актуальність викликана необхідністю більш глибокого пояснення процесів що розгортаються у суспільстві в кінці ХХ і початку ХХІ ст.

Аналіз дослідження інформаційного суспільства був здійснений низкою зарубіжних та вітчизняних вчених. Базу дослідження склали праці Д.Белла, А. Сміта, К. Кларка, З. Бжезінського, Е. Тоффлера, В. Трапезнікова, В. Іноземцева та інших.

Метою дослідження є аналіз та систематизація висновків здійснених у концепціях інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Відправною точкою формування концепцій постіндустріального або інформаційного суспільства стали роботи Деніела Белла, де були розкриті основні тенденції, які призвели до становлення сучасного етапу розвитку найрозвинутіших країн світу. У 60-і рр. ХХ століття поняття «постіндустріалізму» набуває популярності через виділення особливої ролі техніки і технологій та їх вплив на соціальну сферу. У цей період Деніел Белл запропонував першу оформлену теорію постіндустріального суспільства. До кінця цього періоду вплив технологічних змін на соціум став найбільш обговорюваним питанням у гуманітарному середовищі. У зв'язку з цим виникли питання, пов'язані з назвою зазначеного явища. Були запропоновані різні терміни від «технотронної ери» Збігнева Бжезінського, до «суперіндустріального суспільства», використаного Елвіном Тоффлером у книзі «Шок майбутнього» [7 С.56].

Книга Деніела Белла «Прийдешнє постіндустріальне суспільство» стала рибіжним етапом, після якого виник потік різноманітних футурологічних концепцій. У цій роботі були сформульовані основні риси можливого майбутнього, що справило значний вплив на більшість футурологічних концепцій останньої чверті ХХ століття. Ці ідеї були використані в інституціоналізмі. Періодизація історії, запропонована Д.Беллом, згодом була модернізована під кутом зору нових технологічних аспектів виробничих процесів. Так, Торстейн Веблен у своїх роботах зробив спробу об'єднання аналізу промислових систем з інституційними аспектами господарювання, де звернув увагу на невідповідність твердження Адама Сміта про панування економічної людини для сучасного етапу розвитку суспільства [2. С.16]. У цей період висувається ідея для всіх країн розвитку господарювання в будь-якій країні, незалежно від культурних і політичних аспектів.

Інституціоналістські теорії дозволили включити в розгляд еволюції соціуму технологічні аспекти. Була здійснена прив'язка розвитку суспільства до розвитку суспільного виробництва в цілому і технології зокрема. Відбулася свого роду трансформація поглядів Карла Маркса від класової боротьби до боротьби технологічних укладів при збереженні стадіальності розвитку.

Починаючи з 1960-х років виникають численні напрямки багато з яких суперечили ідеям Д. Белла щодо технологічного детермінізму і стадіальності. Так, під впливом поглядів економіста і соціолога Жана Фурастьє, була запропонована абсолютно інша схема розвитку