

УДК 130. 2

## Необхідність та організація мети споживання в межах інформаційних технологій

К.О. ПОЛІЩУК

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, м. Київ, Україна,  
E-mail: kapolischuk@gmail.com

### Авторське резюме

Кількісне збільшення інформації у цивілізованому світі другої половини ХХ початку ХХІ ст. впливає на індивідуальну свідомість людини. Це змінює всезагальний розвиток і трансформує природу людини. Агресивне пришвидчення масового виробництва в цей період починає імплікувати спосіб життя людства з усталеними маркетинговими відносинами в середині суспільства. Швидкий темп зміни класу товарів, послуг, прискорення інформаційного потоку змінює свідомість. Такі зміни викликали необхідність культурно-антропологічного осмислення та аналізу нової парадигми поведінки людини розумної в умовах інформаційного хаосу. Біологічна неспеціалізованість і наявність інтелекту помістили людину в центр інформаційного простору, який живе за власними правилами. Історія філософсько-антропологічної думки з давніх-давен розвивалась у закритих наукових товариствах формуючи високу культуру. Епоха Постмодерну вивела етичні, онтологічні і антропологічні питання «на вулицю». Дисонанс між теорією і практикою призводить до психологічних зрушень у свідомості цілих націй. Надлишкове захоплення здебільшого має деструктивний вплив.

Стаття має на меті довести можливість організації культури споживання як особистості, так і державних інститутів. Окреслюється спроба побудови доцільних шляхів такої організації на прикладі Аристотелівського вчення про причини та трьох психічних інституцій людської свідомості за Лаканом.

У дослідженні аналізуються роботи Е. Фромма, Т. Велбена, Ж. Бодрійяра та інших дослідників щодо специфіки сучасного процесу споживання. Окреслено ризики стихійного, неусвідомленого споживання товарів та інформації. Пропонується використати методологію Ж. Лакана для класифікації інформації, яку ми споживаємо. Акцентується увага на важливості визначення мети споживання. Виділено та проаналізовано соціальні інститути, здатні організувати культуру споживання. Висновками запропонована ідея сімейного виховання та самовиховання організації культури споживання.

**Ключові слова:** споживання, інформація, «кліпове мислення», банерна сліпота, «феномен F6», культура споживання, техніка, інформаційні технології.

## Necessity and organization goal of consumption within the information technology

K.O. POLISHCHUK

National pedagogical Dragomanov university, Kyiv, Ukraine, E-mail: kapolischuk@gmail.com

### Abstract

The quantitative increase of information in the civilized world of the second half of the XX – beginning of the XXI affects the individual human mind. This changes the universal development and transforms human nature. Aggressive mass production in this period begin make lifestyle mankind with established marketing relationships within society. The rapid pace of change in the class of goods, services, accelerated information flow alters consciousness. These changes necessitated cultural and anthropological understanding and analysis of a new paradigm of human behavior in terms of intelligent information chaos. Biological uncertainty and availability of intelligence put people at the heart of the information space that lives by its own rules. History of philosophical and anthropological thought has long developed in close scientific societies forming high culture. Excessive admiration for the most part have a destructive effect.

The article aims to prove the possibility of organization of cultural consumption as individuals and public institutions. Defined as an attempt to build viable ways such organization as an example of Aristotle's theory of the causes of mental institutions and three human consciousness by J. Lacan. The study analyzes the work of E. Fromm, T. Velbena, J. Baudrillard and other researchers on the specifics of the modern process of consumption. Outlined the risks of spontaneous, unconscious consumption of goods and information. It is proposed to use the methodology of J. Lacan to classify the information we consume. Attention is focused on the importance of goal-consumption. Selected and analyzed social institutions, able to organize the culture of consumption. Conclusions proposed idea of family education and self-organization of cultural consumption.

**Keywords:** consumer information, «blip thinking», «banner blindness», «phenomenon F6», culture of consumption, technology, information technology.

**Постановка проблеми.** Кількісне збільшення інформації у цивілізованому світі другої половини ХХ початку ХХІ ст. впливає на індивідуальну свідомість людини. Це змінює

всезагальний розвиток і трансформує природу людини. Агресивне пришвидчення масового виробництва в цей період починає імплікувати спосіб життя людства з усталеними маркетин-

© К.О. Поліщук, 2015

говими відносинами в середині суспільства. Швидкий темп зміни класу товарів, послуг, прискорення інформаційного потоку змінює свідомість. Такі зміни викликали необхідність культурно-антропологічного осмислення та аналізу нової парадигми поведінки людини розумної в умовах інформаційного хаосу. Біологічна неспеціалізованість і наявність інтелекту помістили людину в центр інформаційного простору, який живе за власними правилами. Історія філософсько-антропологічної думки з давніх-давен розвивалась у закритих наукових товариствах формуючи високу культуру. Епоха Постмодерну вивела етичні, онтологічні і антропологічні питання «на вулицю». Дисонанс між теорією і практикою призводить до психологічних зрушень у свідомості цілих націй. Надлишкове захоплення здебільшого має деструктивний вплив.

Тема споживання не отримувала належного висвітлення, як біологічний чинник не вартий культурологічного і філософсько-антропологічного аналізу. Та кількість феноменів, породжених інформаційною епохою, все ж не може надалі залишитися поза увагою дослідників-антропологів.

Помітне поживлення дискурсу культури споживання в сучасних дослідженнях з економіки, етики, естетики, культурології, антропології і соціальної філософії свідчить про зростання впливу феномена споживання на суспільство. Розвиток інформаційних технологій, кількісне поширення їх серед значного прошарку цивілізованого населення розвинених країн, перехід до так званого «електронного уряду», швидкий колообіг електронної грошової системи, роблять питання дослідження культури споживання в цій сфері надактуальним. Тому що нехтування цим процесом може призвести до великих трагедій усамітнених людей, що не встигли за прогресом. Всі ці явища пов'язано з споживанням, і якщо людство випустить їх з поля своєї уваги, то є ризик що вони керуватимуть людиною.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Твори Д.Белла, Ж. Бодріяра, Х. Ортега-і-Гассета, Е. Тоффлера, З.Фройда, Е.Фромма, М. Фезерстоуна, Р. Бокока, Г. Зімеля, Т. Уеблена, Г. Форда присвячені споживанню та супутнім феноменам, являють собою класичне розуміння проблеми у культурологічних та філософських дискурсах. Вітчизняна філософська традиція недостатньо дослідила проблему споживання, а тим паче споживання в межах інформаційних технологій. Радянський спадок лояльності до інформації з офіційного державного джерела тому причина. Крім переосмислення рецепцій вищезгаданих мислителів, особливо слід відзначити статтю А. Соловйової «Ризики формування суспільства споживання у сучасній Україні» [6], де авторка робить акцент на співвідношенні суспільства споживання з проблематикою авторитарного підпорядкування особистості владно-

му впливу. Також С. Мельниченко «Суспільство споживацтва як хронотоп антитворчості» [4] говорить про негативні впливи споживання на здатність до творчості. Дослідниця Г.П. Бахтіна у статті «Математика як «щеплення» проти «кліповості» інформації та «колажу» сучасного мислення» [1] та Т. Удовицька у статті «Кліпове мислення» молоді: особливості прояву в процесі навчання (до постановки проблеми)» [8] наголошують на негативних наслідках безконтрольного споживання інформації. Зокрема на феномені «кліпового мислення».

**Мета дослідження** полягає в обґрунтуванні необхідності організації культури споживання інформації в межах інформаційних технологій та в пошуку доцільних шляхів такої організації.

**Виклад основного матеріалу.** Споживання – це природний стан людини тамування своїх потреб. Надмірне споживання з певною метою (самоствердження, визнання, компенсації) є природним станом цивілізованої людини. Це стосується не лише сучасності, але й архаїчних цивілізацій Стародавньої Греції, Єгипету, Шумеру, Акаду. Але такої глобальної культивування споживання як зараз наш світ ще не знав. А широке розповсюдження головного продукту сучасних світових процесів, інформації, диктує людській свідомості нові правила споживання.

Історично склалось, що термін «суспільство споживання» характеризує лише певний відрізок часу кінця ХХ ст. початку ХХІ ст. Перехід від класичної філософії та філософії науки до волюнтаризму і екзистенціалізму робить антропологічні надбання більш видимими у контрасті з вузькоспеціалізованими напрямками сучасних природничих наук. Першим, хто вжив термін «суспільство споживання», був німецький філософ та соціолог Е. Фромм у своїй роботі «Бути чи здаватись?». Однак, ще задовго до нього основоположник американського інституціоналізму Т. Веблен пише про проблеми пов'язані із споживанням у роботі «Теорія бездіяльного класу: економічне дослідження інституцій». Американець з маркетингових позицій демонструє, яку величезну роль в основі економічних процесів грають психологія і біологія людства. Це має величезну актуальність, так як ми можемо побачити, що придбання певного товару чи послуги не завжди продиктовано дійсною необхідністю.

Споживання є одним з основних видів людської діяльності, що охоплює чисельні сфери, і в новітню епоху воно постає особливо гострою проблемою, що впливає на картину світу в цілому. В різні часи це явище набуває різних відтінків. Наприклад, у своїй повісті 1889 року «Крейцерова соната» російський письменник Л. М. Толстой звернув увагу на гендерний аспект споживання: «Відвідайте магазини в кожному великому місті. Мільйони тут, не оцінивши вкладеної туди праці людей, а подивіться, в 9/10 цих магазинів чи є хоч що-небудь для чоловічого вжитку? Вся розкіш життя потрібна

жінкам і ними підтримується. Всі фабрики. Величезна частка їх виготовляє даремні прикраси, екіпажі, меблів, іграшки для жінок» [7]. Але сьогодні демонструє нам, як сучасна промисловість активно залучає до процесу споживання обидві статі.

Сучасний канадський антрополог та культуролог Г. Маккракен, дослідник системи всесвітньої торгівлі, у книзі «Культура і споживання: нові підходи до символічного характеру споживчих товарів (Goods) та послуг (Activities)» пише, що «споживання» і «культура» ще ніколи не перебували у такому відношенні як сьогодні. Ми можемо спостерігати людину, яка змінюється під впливом цього процесу споживання.

Російський дослідник А. Приєпа у своїй статті «Виробництво теорії споживання» помічає, що «...суть споживчого товариства не в тому чи можу я купити рекламований товар, а чи хочу я цього. Тому що сьогодні споживання полягає не в гаманці, а в голові... Я починаю споживати не тоді, коли заробляю «свій перший мільйон», а коли виявляю у себе бажання стати володарем якогось товару чи послуги» [5] Як підкреслює автор, людство не помічає як споживає, і той факт, що такому явищу не приділено належної філософсько-антропологічної уваги робить ситуацію вкрай небезпечною. Незважаючи на те, що пан А. Приєпа веде дискурс про речі та послуги, ми можемо застосувати цю полеміку для ілюстрації споживання інформації нефізичного об'єкта. Відсутність усвідомлення проблеми споживання інформації робить свідомість людини вразливою для втручання деструктивних думок, які, наприклад, можуть бути закладені в ній недобросовісною владою країни.

Г. Маккракен пише про споживання в Англії останньої чверті XVI ст. – епохи Єлизавети I. Дослідник розповідає: «Знаті епохи Єлизавети почала витрачати з новим ентузіазмом у новому масштабі... Вони відновили свої придворні стандарти з більшим блиском та церемоніальністю... збільшили витрати на проживання в самому Лондоні, в готелях та замських маєтках» [9, С. 11]. Також далі Г. Маккракен пише, що «Витрати знаті на гардероб почали перевищувати витрати самого монарха» [9, С. 11]. Ці витрати змінили обличчя Британської столиці і встановили нові правила у тогочасному суспільстві. Канадець помічає, що «... вперше Єлизавета починає використовувати споживання, як засіб влади» [9, С. 11]. Вищий клас дворянства задавав тон і смак нижчому, таким чином спонукаючи їх підкорятись не лише в одязі, а і в політичних поглядах, гастрономічних смаках тощо.

Повертаючись до думок пана А. Приєпи бачимо, що «споживання сьогодні вже практично втратило зв'язок із задоволенням певного вже існуючого набору потреб (так його розуміла класична економічна теорія), вкорінених у людській біології» [5]. Тут варто пригадати

Ж. Бодрієра, французького дослідника, соціолога та філософа з його постмодерним баченням капіталізму. Ж. Бодрієр говорить про споживання знаків та символів [3]. Натякаючи на велику роль споживання нефізичних об'єктів, які завжди передаються за допомогою інформаційних одиниць: написаних та озвучених слів, музики, візуальних зображень, тощо.

Француз Ж. Женетт в 1972 році у третьому томі роботи «Фігури» запропонував термін «фокалізація». Це організація вираженої точки зору у розповіді і донесення її до читача чи глядача. Фокалізацією може виступати голос за кадром, слова автора в якості моралі в кінці твору. На основі постмодерних текстів британська письменниця і літературний критик К. Брук-Роуз у статті «Розчинення характеру в романі», робить висновок, що відбувається зникнення чіткого образу літературного героя і взагалі персонажа. Вона пов'язує це з відсутністю стійкого характеру сучасних їй романів. Хоча стаття написана у 1986 році, актуальність тези про нечіткість і розмитість характеру витвору, що несе якусь інформацію, є беззаперечною. Все це вона пов'язує з «дефокалізацією головного героя» [10.].

Схожу ситуацію можна спостерігати в гуманітарних науках, де прослідковуються фрагментарність і нечіткість предмета вивчення. Це дає великі можливості для шахраїв, що симулюють наукову діяльність. Особливо зараз українська наукова спільнота відчуває засилля наукоподібної писанини за якою не стоять ані серйозні ідеї, а ні які-небудь дослідження. В інформаційному суспільстві все безповоротно пов'язане, і управлінський апарат страждає від неякісної наукової бази, яка в свою чергу страждає від безглузлого управлінського апарату. Змінити таку замкнену систему, на наш погляд, є можливим лише через звернення до глибинної природи людини, що онтологічно завжди прагне до справжнього і обминає формальності.

Ж. Лакан створив концепцію децентралізованого суб'єкта, яка стала впливовою моделлю уявлень про людину не як про «індивід», цілісний і неподільний суб'єкт, а як про «дивід» – фрагментовану, позбавлену цілісності людину новітнього часу. Ця концепція є цікавою для нашого дослідження, тому що виділяє три психічні інстанції: «уявне»-«символічне»-«реальне», в основі яких лежать стосунки людини з іншим. Замість іншого ми використовуємо відношення людини до інформації.

За нашою теорією людина сприймає інформацію як інший суб'єкт за цією структурою таким чином: у межах «уявного» людина сприймає лише ту інформацію з якою себе отожднює; в межах «символічного» - це, власне, та інформація, проти якої людина виступає, отожднює себе з приємною їй інформацією; «реальне» ж це інформаційне поле, яке оточує людину в ході її взаємодії з вищезгаданими інформація-

ми. Можливо, таке бачення споживання інформації в розрізі лаканівської психоаналітичної теорії могло б стати темою окремого дисертаційного дослідження. Однак, тут ми, так само як Т. Уеллен століття тому, прагнемо лише проілюструвати фрагментований суб'єкт, що споживає інформацію мимовільно в залежності від його психобіологічних та соціокультурних особливостей.

Така незалежність від організованої культури споживання, від цензури, від «фокалізації» в сучасності, на думку критиків постмодернізму, є позитивним явищем, тому що дійсно дає людині свободу для творчості і позбавляє від ідеологічних схильностей. Однак, тут варто згадати діалог Платона «Менон». В ньому Сократ говорить своїм опонентам, що не можна навчитись «доброчесності», тому що доброчесність це дар богів, однак боги наділяють таким даром лише тих людей, які володіють знаннями (тобто їх душі пригадали чисельні знання з потойбічного життя, теорія анамнезісу). А от знанням можна навчитись.

Проводячи паралель з думкою Сократа скажемо, що свобода заради творчості це теж велика доброчесність, яка вимагає знання для використання її на благо, а не на шкоду. На нашу думку, організація культури будь-якого споживання може бути побудована на класичному вченні Арістотеля про причини. Матерія – визначатиме що саме ми споживаємо, в даному випадку це інформація сама по собі. Далі форма – це повний спектр одиниць інформації, що ми сприймаємо всіма п'ятьма чуттями. Діюча причина – це джерело інформації. І головне ціль. Ціль (мета) – це те заради чого ми будемо споживати інформацію. Знаючи ціль споживання людина може якісно користуватись не лише тим, що вона споживає, але і всіма побічними явищами. Так у випадку споживання інформації всі негативні феномени, що виділяють дослідники в сфері, такі як «кліпове мислення», «банерна сліпота», «дефокалізація», «феномен F6»[2] зводяться нанівець або стають у нагоді шукачеві.

Як же може людина сформувати таку ціль? Ми можемо виокремити історично складені інституції, що могли б продукувати таку ціль.

По-перше, це держава, як завершена система усталених норм та цінностей. Така формація може з самого дитинства запропонувати ціль споживання інформації. Однак негативним чинником такої готової цілі є факт незацікавленості влади у конструктивному розвитку власних громадян і її здатність підмінити доброчесну ціль негідним ідеалам.

По-друге, це релігія. Система духовних практик, які підкорені великій меті служінню ідеальним, абсолютним сутностям. Тут, залежно від конфесії, йде чітке регламентування

споживання всієї навколишньої інформації. Варто зазначити, що досить старовинну форму організації культури споживання будь-чого ми можемо помітити саме в релігійній сфері. Система постів та обмежувальних практик, що існує з моментів виникнення і досьогодні, виступає певним регулятором споживання. Віра є потужним каталізатором у життєдіяльності людства, допомагаючи у кризових станах. Однак, тут ми вбачаємо зону ризику у некритичності сприймання будь-якої інформації, що робить людину вкрай вразливою для навіювання деструктивних намірів.

Ці два соціальні інститути можуть існувати одночасно доповнюючи і замінюючи одне одного. Однак, на нашу думку, вкрай важливим є уникнення вищезазначених негативних чинників, що спричиняє воля до влади над людством. Ми пропонуємо альтернативний інститут формування цілі споживання інформації – сімейну освіту, засновану на особистому прикладі. Російський письменник, мислитель та філософ Л. Толстой, ні в якому разі не бажаючи образити педагогів, говорив: «Педагогіка є наука про те, яким чином, живучи погано, можна мати гарний вплив на дітей ... Всі труднощі виховання випливають з того, що батьки, не тільки не виправляючи своїх недоліків, але і виправдовуючи їх у собі, хочуть не бачити ці недоліки в дітях». Мислитель натякає на особистий приклад, лише таким чином можна наблизитись до ідеї всезагального Блага. Ми допускаємо такою третьою силою, яка б могла опонувати двом першим інституціям – університети. Науково-дослідницькі організації, які б змогли формувати таку особистість, яка б стала ентелехійним прикладом для нащадків. Однак людина все життя не прикута до освітньої установи. І лише сім'я та сімейні цінності з зрозумілих причин могли б виступати гарантом чіткого вектора розвитку особистості і її самоосвіти – вищої мети будь-якої інституціалізованої освіти.

**Висновки.** Отже, з огляду на неминучі зміни в сучасному суспільстві техніки, інформації та маніпуляційних технологій, в суспільстві пропаганди. Вкрай важливо знайти шлях до конструювання вірних висновків, на основі вірних рішень. Якісне споживання інформації і споживання якісної інформації є одна з основних цілей сучасної освіти. Однак важливість визначення такої цілі є ще значніша. Перефразовуючи І. Канта, скажемо: «Заради чого?» ми маємо щось знати, робити і сподіватись?

І на нашу думку, визначенням мети споживання в цілому і споживання інформації зокрема може виступати організація культури споживання. Це завдання освіти заснованої на сімейному вихованні. Таке виховання має врахувати особливості сприймання у запропонованій переосмисленій моделі Ж. Лакана.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бахтіна Г.П. Математика як «щеплення» проти «кліповості» інформації та «колажу» сучасного мислення / Г.П. Бахтіна // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – Луганськ : Вид-во Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». – Альма-матер. – 2010. – № 1(188) січень. – С. 144-155.
2. Більченко С. Тяжкість легкості: буття-для-іншого у віртуальному просторі / С. Більченко // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2013. - № 11. – С. 13-19.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М. : Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
4. Мельниченко С. Суспільство споживачтва як хронотоп антитворчості / С. Мельниченко // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2011. - №2. – С. 86-91.
5. Приєпа А. Производство теории потребления / А. Приєпа // Логос. – 2000. – № 4 (25). – С. 57 – 63
6. Соловйова А. С. Ризики формування суспільства споживання у сучасній Україні / А. Соловйова // Миколаїв. Наукові праці. Політологія. 2012 С. 64-66
7. Толстой Л. Н. Крейцерова соната / Лев Николаевич Толстой // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://az.lib.ru/t/tolstoj\\_lew\\_nikolaewich/text\\_0240.shtml](http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0240.shtml)
8. Удовичка Т. А. «Кліпове мислення» молоді: особливості прояву в процесі навчання (до постановки проблеми) / Т. А. Удовичка // Вища освіта України: теорет. та наук.-метод. часопис. Дод. 1. Вип. 31. Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського простору / Ін-т вищої освіти НАПН України. – К., 2013. – Том VIII (50). – С. 407-416.
9. McCracken G.D. Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities / Grant David McCracken. – Indiana. : University Press, 1990. – 174 p.
10. Brooke-Rose C. Dissolution character in the novel / C. Brooke-Rose // Thomas C. Heller Reconstructing Individualism: Autonomy, Individuality, and the Self in Western Thought. – California. : Stanford University Press. – 1986. – P. 185-221.

Стаття надійшла до редакції 21.04.2015

## REFERENCES:

1. *Bahtina G.P.* Matematika yak «shheplennya» proty «klipovosti» informaciyi ta «kolazhu» suchasnoho myslennya (Mathematics as a «vaccination» against «blip» information and «collage» of modern thought) // *Visnyk Luganskogo nacionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Pedagogichni nauky*. – Lugansk : Vyd-vo Derzhavnogo zakladu «Luganskyj nacionalnyj universytet imeni Tarasa Shevchenka». – Alma-mater. – 2010. – № 1(188) sichen. – P. 144-155.
2. *Bilchenko Ye.* Tyazhkist legkosti: buttya-dlya-inshogo u virtualnomu prostori (The severity of ease, being-for-other in virtual space) // *Naukovyj visnyk Sxidnoyevropejskogo nacionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrayinky*. – 2013. - № 11. – P. 13-19.
3. *Bodryjyar Zh.* Obshhestvo potreblennyya. Ego myfi y strukturi (Consumer society. His myths and structures). – М. : Respublyka; *Kulturnaya revolyucyya*, 2006. – 269 p.
4. *Melnychenko S.* Suspilstvo spozhyvachstva yak hronotop antyvtvorchosti (The society of consumerism as time-space of anti-creativity) // *Visnyk NTUU «KPI». Filosofiya. Psihologiya. Pedagogika*. – 2011. - №2. – P. 86-91.
5. *Pryepa A.* Proyzvodstvo teoryy potreblennyya (Production of consumer theory ) // *Logos*. – 2000. – № 4 (25). – P. 57 – 63
6. *Solovjova A. S.* Ryzkyk formuvannya suspilstva spozhyvannya u suchasnij Ukrayini (The risk of the consumer society in modern Ukraine) // *Mykolayiv. Naukovi praci. Politologiya*. 2012 P. 64-66
7. *Tolstoj L. N.* Krejcerova sonata (The Kreutzer Sonata ) // Regime to access: [http://az.lib.ru/t/tolstoj\\_lew\\_nikolaewich/text\\_0240.shtml](http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0240.shtml)
8. *Udovyczka T. A.* «Klipove myslennya» molodi: osoblyvosti proyavu v procesi navchannya (do postanovky problemy) («Blip thinking» of youth: features of the learning process (to the formulation of the problem) // *Vyshha osvita Ukrayiny: teoret. ta nauk.-metod. chasopys. Dod. 1. Vyp. 31. Vyshha osvita Ukrayiny u konteksti integraciyi do yevropejskogo prostoru / In-t vyshhoyi osvity NAPN Ukrayiny*. – К., 2013. – Vol. VIII (50). – P. 407-416.
9. *McCracken G.D.* Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities / Grant David McCracken. – Indiana. : University Press, 1990. – 174 p.
10. *Brooke-Rose C.* Dissolution character in the novel / C. Brooke-Rose // Thomas C. Heller Reconstructing Individualism: Autonomy, Individuality, and the Self in Western Thought. – California. : Stanford University Press. – 1986. – P. 185-221.

**Поліщук Костянтин Олександрович** – аспірант  
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова  
Адреса: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9  
E-mail: [kapolischuk@gmail.com](mailto:kapolischuk@gmail.com)

**Polishchuk Kostyantyn Oleksandrovych** – postgraduate  
National pedagogical Dragomanov university  
Address: 9, Pirogova Str., Kyiv, 01601, Ukraine  
E-mail: [kapolischuk@gmail.com](mailto:kapolischuk@gmail.com)