

УДК: 316.728

СУПЕРЕЧНОСТІ ПРАКТИК СПОЖИВАННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУЖЕНОСТІ В ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРИ СУЧАСНИХ СУСПІЛЬСТВ: СОЦІОЛОГІЧНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Лапінa Вікторія Вікторівна – кандидат соціологічних наук, старший науковий співробітник науково-дослідної частини, факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, вул. Володимирська, 64/1, Київ, 01601, Україна, e-mail: v.lapina39@ukr.net, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-1071-2971>

Lapina Viktoria Viktorovna – Candidate of Sociological Sciences, Senior Reserch Fellow of scientific research department, Faculty of Sociology, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 64/13, Volodymyrska Str., Kyiv, Ukraine, e-mail: v.lapina39@ukr.net, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-1071-2971>

У статті аргументована теоретична та практична значущість соціологічного розуміння суперечностей практик споживання як специфічного джерела соціальної напруженості в сучасному публічному просторі економічних, політичних та соціокультурних комунікацій. Підкреслено, що на сучасному етапі глобальних та регіональних суспільних трансформацій споживання відіграє все більш важливу роль у формуванні ціннісних орієнтацій населення і стає предметом наукових дискусій як в Україні так і за її межами. Окрема увага приділена ситуації концептуальної невизначеності феноменальних та процесуальних ознак поняття «споживання», що обумовлено суттєвими змінами традиційних уявлень про споживання як одного з найважливіших ідентифікаційних критеріїв соціальної диференціації суспільства. Наведено докази доцільності наукового розуміння споживання як фундаментального цивілізаційного транскультурного чинника забезпечення організації та технологічного розвитку сучасних виробничих систем, ефективного ресурсного обміну між індивідуальними та колективними суб'єктами суспільного життя. Констатовано, що в умовах інтенсивного глобального ресурсного обміну, спричиненого діяльністю ТНК та процесами глобального переміщення людей, формується та зростає соціальний вплив нових дисфункціональних проявів споживання в публічному просторі сучасних суспільств. Ці прояви зумовлені процесами реальної конкуренції різних моделей споживання, посиленого маніпулятивного впливом ЗМІ та реклами як технологічних засобів трансляції цінностей ідеології консьюмеризму та стандартів елітарного споживання, не беручи до уваги існуючі глибокі соціально-економічні нерівності у практиках споживання індивідів та соціальних груп. Також запропонована наукова стратегія розуміння та вивчення дисфункціональних проявів практик споживання як специфічних джерел соціальної напруженості з метою розробки ефективних управлінських технологій гуманізації суспільного життя.

Ключові слова: глобалізація, споживання, соціальна напруженість, публічний простір, моделі споживання, культура споживання, глобальна ідеологія споживання, консьюмеризм, медіа, реклама.

The article substantiates the theoretical and practical significance of a sociological understanding of the contradictions of the practices of consumption as the specific sources of social tension in the contemporary public space of economic, political and sociocultural communications. It was emphasized that at the present stage of global and regional social transformations consumption is an important determinative factor of the value orientations by the population and becomes the specific subject-matter of scientific discussions both in Ukraine and abroad. The situation of conceptual uncertainty of the phenomenal and procedural features of the concept of «consumption», which reflects significant changes in the traditional views to consumption as one of the most important identification criteria of the social differentiation of society is analyzed by the author. The proofs of the scientific understanding of consumption as the fundamental civilization transcultural factor for providing organization and technological development of the contemporary production systems and as the effective resource exchange between individual and collective actors of public life are presented. It is argued that under conditions of the intensive global resource exchange, which caused by the activities of TNCs and by the processes of global human migration, the social influence of the new dysfunctional manifestations of consumption in the public space of the contemporary societies reflect the processes of real competition between different models of consumption and also reflect the increasing manipulative influence of mass media and of advertising as technological means of translation of values ideology of consumerism and the standards of elite consumption, without taking into account the existing deep social and economic inequalities in consumption practices by individual and collective actors. In the article is also proposed by the author the scientific research strategy which is oriented to understanding and studying the processes of intensification of the dysfunctional manifestations of consumption practices as the specific sources of social tension in order to develop effective managerial technologies for humanizing social life.

Keywords: globalization, consumption, social tension, public space, consumption patterns, consumer culture, global ideology of consumption, consumerism, media, advertising.

Серед актуальних питань сучасної суспільствознавчої науки є питання споживання, споживчої поведінки та культури споживання а також вивчення позитивних та негативних явищ, які є специфічними наслідками різноманітних споживчих практик. На сучасному етапі глобальних та регіональних суспільних трансформацій споживання відіграє все більш важливу роль у формуванні ціннісних орієнтацій населення і стає предметом наукових дискусій як в Україні, так і за її межами. Сьогодні у суспільній свідомості суттєво зміцнюються традиційні уявлення про споживання як одну з найважливіших ідентифікаційних практик соціальної диференціації. Чисельні наукові соціологічні та економічні дослідження підтверджують тісну залежність сучасних стратифікаційних процесів від певних усталених моделей і стилів споживання та фіксують функціональну значущість споживчих практик для стабільного відтворення соціальних відносин.

Процес споживання є одним із найважливіших універсальних стимулів змін та розвитку системи економічних, політичних та соціокультурних взаємодій між людьми. Водночас основні тенденції соціального відтворення даного процесу позначаються безпосереднім впливом на нього різноманітних конфліктогенних та ризикогенних детермінант. Саме тому споживання важливо досліджувати як атрибутивний цивілізаційний транскультурний процес, який породжує різноманітні форми соціальної напруженості, а також гострі соціальні суперечності, оперативне вирішення яких завжди було і є актуальним управлінським завданням для органів влади, з необхідністю забезпечення стабільного ресурсного обміну у будь-якому суспільстві.

Споживання є предметом міждисциплінарних досліджень, що певним чином спричинює ситуацію тривалої концептуальної невизначеності даного поняття. Прийнято вважати, що в силу множинності суспільних проявів споживання чітко розмежувати економічний та соціологічний підходи до вивчення споживання доволі важко. Проте загальний економічний підхід і зараз традиційно передбачає розгляд споживання як важливого структурного елемента системи матеріального виробництва, який характеризує певні кінцеві результати виробничої діяльності та формує засади подальшого стабільного відтворення виробничого циклу.

Соціологічний підхід до вивчення споживання загалом спрямований на ідентифікацію та аналіз конкретних як функціональних, так і дисфункціональних соціальних характеристик споживання. Проте цей підхід відзначається багатьма концептуальними суперечностями, оскільки у різних соціологічних парадигмах робиться акцент на аргументації пріоритетної значущості дослідження якісно відмінних функціональних та конфліктних практик та стилів споживання. У межах такої концептуальної дихотомії, по-перше, виникають певні труднощі дослідження такого важливого соціального явища сучасного суспільного життя, як консьюмеризм. По-друге, також необхідно констатувати певні труднощі дослідження дисфункціонального впливу різних моделей та стилів споживання на процеси відтворення соціального простору взаємодій індивідуальних на колективних соціальних суб'єктах.

У даному зв'язку важливо враховувати ту важливу обставину, що у переважній більшості сучасних суспільств процеси споживання відбуваються у публічному просторі – як інституціонально регламентованому просторі, відкритому для людей різного соціального статусу та різної платоспроможності, що не може не породжувати певні соціальні суперечності та форми соціальної напруженості між ними з приводу реальної можливості споживання матеріальних та інших благ. Саме тому, як ми вважаємо, в сучасній теоретичній соціології особливо актуальною науковою проблемою є розробка інноваційної дослідницької стратегії, спрямованої на здійснення ідентифікації дисфункціональних соціальних характеристик споживання, що буде сприяти розвитку наукових уявлень стосовно розуміння специфічних джерел соціальної напруженості в публічному просторі сучасних суспільств з метою розробки ефективних управлінських технологій гуманізації суспільного життя.

Формування наукового інтересу до проблематики споживання в західній науці було багато в чому обумовлено бурхливим економічним розвитком індустріального капіталізму та суперечливими інституціональними змінами самої організації споживчих практик в західних країнах в 19-м столітті. У працях авторитетних економістів та соціологів кінця XIX та першої половини XX ст. була здійснена наукова аргументація ідеї перетворення капіталістичних суспільств «вільної конкуренції» з хронічним дефіцитом споживчих благ на «суспільства споживання» з інституціонально розвинутим та функціонально автономним ринком різноманітних товарів та послуг. Зазначимо, що змістовна характеристика основних концептуальних напрямків аргументації даної ідеї представлена в спеціалізованому тематичному виданні під редакцією Н. Гудвіна, Ф. Акермана і Д. Кайрона, у якому опубліковано статті 80 авторів, у яких висвітлюються найбільш значущі та дискусійні аспекти дослідження споживчих практик в суспільствах розвинутого модерну та постмодерну [1].

Наукові спроби з'ясування специфіки організаційних засад та тенденцій функціональних змін інституціональних систем споживання в суспільствах індустріального та постіндустріального типу засвідчують ситуацію загальної концептуальної невизначеності основних феноменальних та процесуальних властивостей споживчих практик в умовах посилення соціального впливу тенденцій

глобалізації, віртуалізації та індивідуалізації суспільного життя [2, 3, 4]. Основні результати представлено у наших наукових публікаціях [5, 6, 7] аналізу праць Ж. Бодрийяра, П. Бурдьє, З. Баумана, Е. Гіденса, Н. Лумана, С. Майлза, М. Кастельса, Дж. Рітцера, Л. Склеяра, М. Фезерстоуна, А. Турена, М. Шульги, І. Набруско, І. Чудовської та ін. вказують на небезпеки, що спостерігаються в тенденціях посилення інституціональної автономності процесу споживання і його відриву від систем виробництва, а також в зростанні конститутивного соціального впливу символічної функції споживання. В новітніх наукових доробках Ф. Джеймісона, М. Маклюєна, Н. Больця [6, 7, 8], та ін. визначається, що суттєвий вплив на споживача здійснюють засоби масової інформації та мережа інтернет-комунікацій, які функціонально сприяють універсалізації моделі надмірного споживання. як глобального стандарту споживчої поведінки.

Вочевидь, глобальне поширення даної моделі спричинює появу якісно нових соціальних суперечностей у процесах розвитку споживчих практик як специфічних джерел соціальної напруженості в сучасному публічному просторі економічних, політичних та соціокультурних взаємодій та комунікацій індивідуальних та колективних суб'єктів суспільного життя.

Метою даної публікації є порівняння соціологічних концепцій практик споживання як суперечливих джерел соціальної напруженості в умовах сучасного глобалізованого світу.

Сучасні дослідники, вивчаючи соціальні проблеми споживання, споживчої поведінки та культури споживання, незмінно намагаються здійснити аргументацію суспільної значущості споживання. Пізнавальний інтерес соціологів до проблематики споживання виник, перш за все, з потребою ідентифікації власне «соціальних» ознак поняття «споживання». Однак конкретні спроби такої ідентифікації поки що не можна визнати концептуально коректними, оскільки сучасні дослідники по-різному розуміють та тлумачать питання стосовно місця, ролі та функцій споживання як фундаментального процесу та явища суспільного життя [див.: 1]. Навіть у довідковій літературі енциклопедичного характеру пропонуються доволі спрощені визначення поняття споживання, наприклад: «Споживання (consumption) - процес використання товарів та послуг для задоволення економічних потреб» [2, с. 63].

Неважко помітити певну концептуальну фрагментарність даного визначення. По-перше, незрозуміло, чому акцент робиться лише на фіксації процесуальної сутності споживання й ігнорується та важлива обставина, що споживання є не лише процесом, але й одним із найважливіших явищ суспільного життя, структурні ознаки якого характеризуються реальною наявністю різних моделей та стилів споживання. По-друге, очевидним є, що споживання функціонально спрямовано не лише на задоволення суто економічних, але й інших екзистенціально значущих потреб людей. На наш погляд, важливо прийняти до уваги дослідницькі позиції вітчизняних соціологів В. Тарасенка [3, с. 93-101]. та В. Пилипенка [4, с. 63], які доводять важливість розуміння споживання як спеціалізованого соціального інституту, для якого характерна не лише специфічна приналежність до економічної сфери суспільного життя, але й комплексна та взагалі суперечлива система зв'язків цього інституту з іншими сферами - політичної, етнокультурної, освітньої, наукової, медичної та ін. Саме тому цілком доречно наголосити на науковій значущості соціологічних досліджень соціального простору споживання, про що справедливо вказував у своїх працях впливовий соціолог-постструктураліст П. Бурдьє [5, 6].

Нагадаємо, що П. Бурдьє намагався дослідити феномен «практичного смислу», в тому числі і відносно споживання. На думку соціолога, активний конструктивний характер споживання конкретизується в такому його прагматичному напрямку, як конструювання ідентичності певних соціальних груп через їхню прихильність до певного стилю споживання, пов'язаного з присвоєнням певних предметів споживання. В умовах розвинутих ринкових відносин практики споживання, як вважав П. Бурдьє, є інтегральним відображенням не лише процесу присвоєння споживчих благ, але й суперечливого процесу конвертації людьми у публічному просторі своїх взаємодій різних типів капіталу – економічного, політичного соціального, символічного та ін., причому ця проблема є однією з головних для соціології взагалі. Ілюструючи це, в одній із своїх узагальнюючих праць П. Бурдьє визнає, що йому не вдалося детально дослідити суперечності соціальних механізмів конверсії капіталів, тому і запропонований аналіз «законів конверсії не є завершеним» [8, с. 146].

Незважаючи на зазначену обставину, безумовною заслугою П. Бурдьє є його цілком конструктивна спроба дослідження культурних детермінант практик споживчої активності через категорію «смак» (*le goût*). Зокрема, він доводить, що ця категорія (як категорія «практичного матеріалізму») загалом позначає умови, що класифікують практики споживання, які лежать в основі певного стилю життя. Аналізу змісту категорії «смак» П. Бурдьє приділяє особливу увагу, оскільки дана абстракція має особливе смислове навантаження при дослідженні суперечливого процесу соціальної диференціації споживчих практик та споживчих преференцій різних груп споживачів. Він підкреслює, що «смак є практичним оператором перетворення речей у розпізнавальні знаки безперервного розподілу за

дискретними опозиціями» [9, с. 29]. Такі дискретні опозиції реально фіксуються завдяки відмінностям смакових переваг, які відображують конкретні матеріальні умови життя різних соціальних класів.

Стиль споживання і соціальний статус споживачів проявляються в безперервному потоці присвоєння таких престижних предметів споживання, як брендовий одяг, автомобілі бізнес-класу, розкішна нерухомість та ін., що входять в постіндустріальний кодекс смакових та стильових відзнак жорсткого меритократичного розмежування. Соціальна ієрархія меритократичного типу практично повністю переноситься на предметний світ. У такому типологічному вимірі існуючої системи соціальної стратифікації певним чином актуалізуються цілком специфічна суперечність споживчих практик: речі цінуються не за споживчу вартість, а за їхню роль як показників вищого або нижчого соціального статусу споживачів, вони жорстко диференціюють світ на престижне і посереднє.

Очевидно, що увага П. Бурдьє до вивчення культурних детермінант практик споживання через ідентифікацію «культурних смаків» різних груп споживачів дозволяє, як ми вважаємо, дослідити не лише специфіку різних моделей споживання (зокрема, надмірного споживання), але й процеси генези та розвитку *консьюмеризму* як найважливішого явища сучасної культури споживання, яке, на наш погляд, відображує як фонову, так і протестну форми соціальної напруженості в системі стратифікації конкретного суспільства [див.: 5, 6].

Інші відомі вчені вказують на значущість дослідження «культурних смаків» як споживчих переваг та як символічних індикаторів існуючої соціальної ієрархії. Зокрема, вихідна теза постмодерністської теорії споживання декларує, що в постсучасному суспільстві як «суспільстві споживання» суттєво посилюється символічна функція споживання. Дана теза отримала своє виразне формулювання у праці Ж. Бодрийяра: «Суспільство споживання», у якій наголошується на доцільності вивчення споживання як специфічної соціалізаційної практики символічного обміну, в основі якої лежать певні соціальні технології маніпулювання знаками, за допомогою яких здійснюється суперечливий та загалом прагматично ефективний примусово-насильницький вплив на свідомість та споживчі потреби та інтереси людей. «Суспільство споживання є суспільством навчання споживанню» - тобто воно є суспільством, яке створює «новий і специфічний спосіб соціалізації, який з'являється як наслідок формування нових продуктивних сил та монополістичної перебудови економічної системи з високою ефективністю виробництва» [10, с. 111].

Згідно з Ж. Бодрийяром, споживання в цілому доцільно розглядати як символічну практику маніпулювання знаками, Зокрема, він звернув увагу на дуальність ідентифікаційного споживчого статусу різних товарів та послуг як предметів споживання: товар існує в полі економічних обмінів в умовах ринку, але процес споживання демонструє іншу, неекономічну логіку поведінки – специфічну знакову логіку розрізнення. Особливо гостро така знакова логіка розрізнення проявляється в ситуації надмірного споживання. Загалом споживання у Ж. Бодрийяра – це своєрідний аукціон, де важливі не споживчі властивості товару, а його престиж [11, с. 119-122]. Цілком можливо, що Ж. Бодрийяр певною мірою абсолютизує символічну сутність споживання як «діяльність систематичного маніпулювання знаками», причому, на наш погляд, це свідоме акцентування на феномені посилення віртуалізації процесу споживання фіксує ідею глобального мережевого розвитку інституціональних систем споживання.

Дана ідея отримує розвиток у роботах Дж. Рітцера, який розглядає її в контексті ідентифікації нових суперечностей споживчих практик обумовлених процесами економічної глобалізації та мережевою транснаціоналізацією новітньої інституціональної системи споживання. Теза про «макдональдизацію» як провідну тенденцію вестернізованої модернізації сучасності була сформульована у «Макдональдизації суспільства» (1993).

Макдональдизація – це «процес, у ході якого принципи роботи ресторану швидкого обслуговування починають усе більшою мірою впливати на режими функціонування та розвитку як різних сфер американського суспільства, як і іншого світу [12, р. 13]. Макдональдизація зачіпає не тільки ресторанний бізнес, але й освіту, працю, охорону здоров'я, туризм, відпочинок, харчування, політику, сімейні стосунки та інші публічні сфери суспільства. Макдональдизація як нова парадигма «нової раціональності» споживчих практик має як низку певних переваг, так і суперечності, обумовлені застосуванням специфічних маніпулятивних методів впливу на споживачів не лише постіндустріального «центру», але й індустріальної «напівпериферії» та аграрної «периферії».

Інші дослідники, які намагались вивчати суперечності новітніх практик споживання, досліджували дисфункціональну роль різних засобів масової інформації в формуванні «псевдопотреб», та деформованих ціннісних орієнтацій різних соціальних груп споживачів. Незважаючи на ту обставину, що завдяки впливу ЗМІ процеси споживання набувають ознаки публічності у реальному просторі соціальних взаємодій, сам процес глобалізації медіаринку, як вже відзначалося нами [6, 7], зумовлює появу якісно нових суперечностей в системі споживчих практик.

Саме цьому присвячена концепція «глобального інформаціонізму» М. Кастельса, у якій представлена аргументація, згідно з якою сучасні ЗМІ безпосередньо націлені на стимулювання

економічного росту. Саме тому функціональні режими ЗМІ реально пов'язані інтересами ТНК, а не з реальними потребами та інтересами різних груп споживачів. У працях М. Маклюена [13], Ф. Джеймісона [14] та Н. Больца [15] наводяться аргументовані докази, що завдяки зростаючому впливу ЗМІ відбувається поступове витіснення масових уявлень стосовно розуміння змісту реального ринку товарів та послуг та заміна стереотипованих уявлень про фізичний ринок на його медіаобрази.

Важливим наслідком такої заміни в суспільстві, як, зокрема, вважає Н. Больц, є посилення маніпулятивного впливу ЗМІ та інтернету, що суттєво підриває довіру людей до знань, які відповідають науковим критеріям істинності та достовірності. «Саме в інтернеті з усією гостротою і виникла проблема довіри до знання. У результаті наша культура вже давно відмовилась від істини. На її місце приходять довіра до одного з конкуруючих джерел інформації. Той, хто сьогодні заходить до мережі, потрапляє під вплив інформаційної анархії, у якій відсутня можливість контролю – корисне знання і параноя йдуть поруч, мирно співіснуючи. А оскільки цілком очевидно, що у сучасної людини місце її світосприйняття зайняло сприйняття інформації, то вона вже не може самостійно порівнювати запропоновану інформацію з «дійсністю». І де ж вона сама, ця дійсність, що стоїть поза медіа?» [15, с. 38].

Таким чином, спостерігається посилення наукового інтересу до дослідження проблеми глобальних та регіональних тенденцій змін процесу споживання та його суперечливого характеру в системі економічних та соціальних взаємодій в сучасних суспільствах як соціальних системах різного типу. Зокрема, можна констатувати такі принципові моменти:

1. Розвиток наукових досліджень новітніх практик споживання в сучасному публічному просторі економічних, політичних та соціокультурних взаємодій сьогодні є актуальним напрямком розвитку соціальних та гуманітарних систем знань. Зусилля сучасних вчених зараз спрямовані не лише на конкретизацію та розвиток наукових уявлень стосовно визначення місця, ролі та функціональної специфіки споживання в системі економічних відносин окремих суспільств, а й на розробку інноваційних дослідницьких стратегій наукового аналізу споживання як фундаментального цивілізаційного транскультурного чинника забезпечення сталого економічного росту та гармонізації відносин між країнами постіндустріального «центру», індустріальної «напівпериферії» та аграрної «периферії».

2. В сучасних дослідженнях спостерігається консенсус щодо доцільності розуміння споживання як чинника забезпечення організації та технологічного розвитку сучасних виробничих систем, ефективного ресурсного обміну між індивідуальними та колективними суб'єктами суспільного життя.

3. В умовах інтенсивного глобального ресурсного обміну, який спричинений діяльністю ТНК та процесами глобального переміщення людей, формується та зростає соціальний вплив нових дисфункціональних проявів споживання в публічному просторі сучасних суспільств, які обумовлюють суперечливий характер процесів пов'язаних з посиленням символічної функції споживання, посиленого маніпулятивного впливу ЗМІ як технологічного засобу трансляції цінностей ідеології консьюмеризму та стандартів елітарного споживання, не беручи до уваги існуючі глибокі соціально-економічні нерівності у практиках споживання індивідуальних та колективних суб'єктів.

4. Осмислюючи перспективи подальшої розробки даної проблеми, варто звернути увагу, по-перше, на важливість дослідження способів та інструментів соціального впливу з боку ТНК, які несуть в собі нові форми культури споживання товарів та послуг, тим самим формуючи нові уявлення про життєві практики існування поза межами культурних та національних традицій; по-друге, на феномен *консьюмеризму*, який тлумачиться вченими виключно як економічне або ж як деструктивне культурно-ідеологічне явище сучасного суспільного життя; по-третє, на досі не вирішене завдання розвитку наукових уявлень стосовно формування нової інституціональної системи соціальної експертизи рекламних повідомлень, створення якої дозволило би знизити маніпулятивний вплив ЗМІ на практики споживання.

Література:

1. The consumer society / edited by Neva R. Goodwin, Frank Ackerman, and David Kiron. Washington, D.C. : Island Press, 1997. 385 p.
2. Потребление. Большой толковый социологический словарь (Collins). Том 2 (П-Я). пер с англ. М.: Вече, АС Т, 2001. 528 с.
3. Тарасенко В. И. Социология потребления: методологические проблемы. К.: Наукова думка. 1993. 165 с.
4. Пилипенко В. Є. Українська соціологія сьогодні: дослідження основних сфер життєдіяльності суспільства: Монографія. Л.:ЗУКЦ, 2012. 326 с.
5. Лапіна В. Глобалізація моделі надмірного споживання як джерело соціальної напруженості та нових соціальних конфліктів. III Конгрес САУ «Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання». Наук. Вид. : Харків, 12-13 жовтня 2017 року. С. 59-61.
6. Лапіна В. В. Дисфункціональний вплив рекламно-інформаційної діяльності в сучасному європейському просторі: правові та соціальні чинники. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти: зб. наук. пр. Вип.2. М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. Нац. Ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ 2018. С. 205-215.

7. Lapina V. The archetype of consumption and its contradictions in the contemporary european space of economic and social interactions. Public management: collection. No 4 (14) June 2018 (Special edition). Kyiv : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2018. С. 159-170.
8. Бурдые П. Социолог под вопросом. Социология под вопросом . Социальные науки в постструктуралистской перспективе. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии РАН. М.: Праксис, Ин-т эксперимент. социологии 2005. С.125-148.
9. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения; пер. О. И. Кирчик. Экономическая социология электронный журнал Том 6. №3. Май 2005. С. 25-49 URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc_t6_n3.pdf (дата звернення: 9.10.2018).
10. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика, 2006. 269 с.
11. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. / пер. с фр. Д. Кралечкина. М. : Академический проект, 2007. 335с .
12. Ritzer George: The McDonaldisation of Society. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1993. Ritzer George: Expressing America. A Critique of the Global Credit Card Society. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1995. P. 221-226.
13. Джеймисон Ф. Постмодернизм, або Логіка культури пізнього капіталізму; пер. з англ. П.Дениска. К.: «Курс». 2008. 504с.
14. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. 464 с. 15. Больц Н. Азбука медиа. М. : Европа, 2011. 136 с.

Противоречия в практиках потребления как источники социальной напряженности в публичном пространстве современного общества: социологические интерпретации

В статье аргументирована теоретическая и практическая значимость социологического понимания противоречий практик потребления как специфических источников социальной напряженности в современном публичном пространстве экономических, политических и социокультурных коммуникаций. Подчеркнуто, что на современном этапе глобальных и региональных социальных трансформаций, потребление играет все более важную роль в формировании ценностных ориентаций населения и становится предметом научных дискуссий как в Украине, так и за ее пределами. В статье обращено внимание на ситуацию концептуальной неопределенности феноменальных и процессуальных признаков понятия «потребление», что обусловлено существенными изменениями традиционных представлений о потреблении как одном из важнейших идентификационных критериев социальной дифференциации общества. Предоставлены доказательства целесообразности научного понимания потребления как фундаментального цивилизационного транскультурного фактора обеспечения организации и технологического развития современных производственных систем, эффективного ресурсного обмена между индивидуальными и коллективными субъектами общественной жизни. Обращено внимание, что условиях интенсивного глобального ресурсного обмена, который вызван деятельностью ТНК и процессами глобального перемещения людей формируется и растет социальное влияние новых дисфункциональных проявлений потребления в публичном пространстве современных обществ, которые обусловлены процессами реальной конкуренции различных моделей потребления, усиленного манипулятивного воздействия СМИ и рекламы как технологических средств трансляции ценностей идеологии консьюмеризма и стандартов элитарного потребления, не принимая во внимание существующие глубокие социально-экономические неравенства в практиках потребления индивидов и социальных групп. В статье предложена научная стратегия понимания и изучения процессов усиления и интенсификации дисфункционального проявления практик потребления как специфических источников социальной напряженности с целью разработки эффективных управленческих технологий гуманизации общественной жизни.

Ключевые слова: глобализация, потребление, социальная напряженность, публичное пространство, модели потребления, культура потребления, глобальная идеология потребления, консьюмеризм, медиа, реклама.

Отримано 24.10. 2018