

не запроваджувалися на всіх рівнях освітньої системи, починаючи з дошкільної освіти.

Втрата інституцією освіти здатності бути ефективним механізмом селекції і відбору (меритократичності) як у період здобуття освіти, так і надбання статусу зайнятості означає посилення таких функцій для інших чинників (соціальний капітал батьків, мережі неформальних відносин, клановість, неформальні платежі, прямий вплив класу походження на зайнятість і клас належності тощо). При переході від освіти до ринку праці соціальне походження може мати ще більший вплив, аніж для здобуття освіти. Ринок праці країни навряд чи в найближчу історичну перспективу потребуватиме такої кількості фахівців з повною і неповною вищою освітою. Тому конкуренція і соціальний відбір з рівня освіти перемістяться безпосередньо на ринок праці, де діють свої формальні й неформальні правила відбору. Значна частина фахівців із вищою освітою змушені будуть працювати на робочих місцях, які такої кваліфікації не потребують, – ситуація вже наявна в Україні, і значно більшою мірою наразі стосується жінок. Продовження відтворення емпірично виявлених тенденцій освітньої нерівності суперечить неодноразово проголошуваній різними політичними силами та урядами меті перетворення суспільства на демократичне, соціально-орієнтоване та економічно процвітаюче.

#### **Список використаних джерел**

1. Оксамитна С. Міжгенераційна класова і освітня мобільність [Текст] / Світлана Оксамитна. – К. : НаУКМА, Аграр Медіа Груп, 2011. – 287 с.
2. Прохорова А. А. Впровадження зовнішнього незалежного оцінювання в контексті освітньої нерівності в Україні [Текст] / А.А.Прохорова // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2013. – Випуск 7. – С. 270-284.
3. Дошкільна освіта України у 2012 році. Статистичний бюлетень [Текст] / Державна служба статистики України, 2013. – 87 с.

Отримано 08.10.2014 р.

УДК 316.44.2

**Набруско І.Ю.** °

---

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології, кандидат соціологічних наук, доцент

---

## **ТЕОРЕТИЧНІ ВИМІРИ КОНСЮМЕРИЗМУ: ВИТОКИ, СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

*В статті йдеться про теоретичні засади аналізу консюмеризму як характерної ознаки сучасного суспільного розвитку. Розкриваються перспективи аналізу цього феномену з точки зору неінституціоналізму, який надає можливість відстежити інституціональні ефекти функціонування споживання, яке залежить від прийнятих суспільством правил управління матеріальними ресурсами, що явним чином реалізується за допомогою ринку, і менш явним через культурне відтворення соціальних ідентичностей.*

**Ключові слова:** споживання, суспільство споживання

*Стаття посвячена теоретическим основам анализа консюмеризма как характерной черты современного общественного развития. Раскрываются перспективы анализа этого*

феномена с точки зрения неинституционализма, который позволяет отследить институциональные эффекты функционирования потребления, которое зависит от принятых обществом правил управления материальными ресурсами, и явным образом реализуется посредством рынка, а менее очевидно через культурное воспроизводство социальных идентичностей.

**Ключевые слова:** потребление, общество потребления

*The article focuses on the theoretical foundations of consumerism analysis as an attribute of modern social development. The prospects of this phenomenon analysis are revealed in terms of neoinstitutionalism. This approach allows to track the effects of institutional functioning of consumption which depends on the adopted rules of society material management that explicitly are realized through the market, and less evident through the cultural reproduction of social identities.*

**Keywords:** consumption, consumer society

**Актуальність.** В умовах сьогодення споживання як об'єктивний соціальний феномен не тільки значущим чином впливає на формування відповідної ідеології та культури, але й зумовлює соціальне конструювання образів світу. Нарешті, позбувшись статусу маргінального сектору суспільного виробництва, споживання виступає як оформлена загальна система цінностей і, відповідно, тотальна організація повсякденного життя.

З цього виникає науковий інтерес до феномену споживання як індивідуальної смисложиттєвої стратегії, яка зумовлює усвідомленість, детермінованість соціальними та індивідуальними чинниками, інтенціональність та активність. Треба зазначити, що до недавнього часу дослідження споживання стосувалось переважно позасуб'єктивних факторів економічного та соціокультурного порядку, лишаячи вторинними його суб'єктивні аспекти. Проте, останнім часом відчутною стає потреба теоретичного аналізу саме суб'єктивних аспектів споживання, що надасть можливість сформулювати системне уявлення про консюмеризм як форму соціальної діяльності.

**Метою статті** є спроба оцінити адекватність теоретичної моделі консюмеризму суспільним змінам в умовах сучасного суспільства.

У масовому суспільстві споживання набуває характеру соціокультурної схеми, що самовідтворюється, зберігаючи сталість суспільства. Взагалі, як пише З.Бауман, впродовж всієї людської історії саме споживання, а також пов'язані з ними види діяльності (виробництво, зберігання, розподіл об'єктів споживання) слугували «сировинним матеріалом» з якого проростає розмаїття форм життя і зразків міжособистісних стосунків за допомогою винаходів культури, керованих уявою [1; с.26]

Вже починаючи з кінця ХІХ століття, стає очевидним, що погляди на споживання поступово набувають більш консюмеристичного характеру. Так, зокрема К. Маркс ускладнює роль споживання, надає йому позитивного характеру, розуміючи його не тільки як просту утилізацію, знищення товару або просте присвоєння благ, а як «останнє завершення продукту», що включає, в тому числі, і момент творення об'єктивної необхідності для виробництва нових продуктів взамін спожитих («споживання створює потребу в новому виробництві, ... ідеально, внутрішньо спонукає мотив виробництва ... [6,с. 27-28].

У ХХ столітті соціальна думка створила нові цікаві гіпотези феномену споживання. Мається на увазі передусім і «економічний імперіалізм» Г. Беккера, який можна трактувати як своєрідне підґрунтя пояснення сучасного консюмеризму. Неокласична економічна теорія намагається подолати

ревізіонізм категорії «раціональність» за рахунок розширення форм і видів максимізації вигоди, а також екстраполяції цього економічного принципу на неklasичні економічні сфери, тобто шляхом застосування економічного підходу для аналізу будь-якого людської поведінки. Так, Г.Беккер екстраполює теорію споживання в класичній раціоналістичній версії на інші, позаекономічні об'єкти. Автор вважає, що за допомогою тези про максимізації корисності можна пояснити вибір не тільки сорту кави, а й шлюбного партнера, а також питання життя і смерті, а сам економічний підхід, таким чином, стає всеосяжним і застосовуваним до всієї людської поведінки [2, с. 672]. В уявленнях Беккера максимізацію функції корисності слід розглядати стосовно до «споживчих благ» або «фундаментальних аспектів життя», таких як здоров'я, престиж, доброзичливість або заздрість. Автор пропонує цікаву схему, виходячи з якої споживання дає можливість домогосподарствам виробляти споживчі блага, на які поширюється закон максимізації функції корисності та стабільності смаків до цих благ. Іншими словами, споживання постає як процес виробництва, але не виробництва в розумінні К. Маркса (споживання як виробництво творця, працівника), а виробництва благ з придбаних товарів. Як зазначає Ф. Д. Блау, у концепції Г. Беккера, на відміну від концепції К. Маркса, товари як носії корисності (commodities) цілком виробляються і споживаються дома. Якщо у К. Маркса товари виробляються і обмінюються на ринку, то тут прикладом блага може постати сон, який «виробляється» за допомогою витрат неринкового часу і ринкових товарів: ліжка, простирадла, подушки, ковдри, або таблетки снодійного [3, с. 368].

Якщо звернутися до факторів, які спричинили зростання консьюмерізму як ідеології споживання в сучасному суспільстві, то ним можна вважати граничне відокремлення споживання від повсякденної виробничої діяльності людей. Американський дослідник В. Ліч у зв'язку з цим зазначає, що майже до кінця ХІХ ст. споживання і виробництво для більшості людей були нерозривно пов'язаними процесами, оскільки працюючі люди знали, звідки з'являються товари і добробут, бо переважно вони і виробляли їх. Пізніше комерційні інституції перебрали на себе контроль за виробництвом та споживанням [12, с.146-147].

Наслідком означеної монополізації стає утворення окремого автономного світу споживання, коли нульова залученість в процес виробництва товарів і втрата можливості реального їх оцінювання супроводжується створенням привабливих образів товару.

З 20х років минулого століття значення споживання виходить за рамки соціально-економічної сфери, все розширюється і починає означати собою і категорії морального порядку, такі як задоволення, радість, свободу.

Взагалі інститут споживання, що остаточно оформився у другій половині ХХ століття являє собою певний системно-інституційний каркас сучасних капіталістичних суспільств, де консьюмерізм стає способом життя, глобальним і «природним», до якого тяжіють все більше і більше людей в усьому світі. Це стосується як населення країн «золотого мільярду» (Валерстайн), так і країн менш благополучних. Однак, в будь-якому разі сам феномен консьюмерізму виступає явищем надзвичайно складним та багатовимірним. З огляду на це, сучасним вченим «консьюмерізм уявляється комплексно, як

- Моральна доктрина для розвинених країн

- Ідеологія явного (наочного) споживання
- Економічна ідеологія глобального розвитку
- Політична ідеологія
- Суспільний рух на захист прав споживачів» [ 11, с.8-9]

За винятком останньої категорії всі попередні – є тісно пов'язаними між собою складовими консюмеризму, як способу життя, який нарощує темпи протягом всього ХХ ст. поряд з глобальним розповсюдженням економічної логіки сучасного капіталізму. Визначення активності споживача, прагнення, пошук, купівля товарів і послуг як складова повсякденних обов'язків члена суспільства виступають втіленням моральної доктрини «гідного життя» і невід'ємною частиною економіки, що вимагає постійної культивування нових ринків і паралельного відновлення споживчого попиту. Як пише В. Тарасенко «моделі споживчої діяльності зумовлені характером суспільних відносин, в рамках яких вона реалізується.» [9, с.13]

Сьогодні у соціологічній думці лідерами дослідження споживання виступають представники постмодерних культурально-орієнтованих напрямків, які наголошують на самодостатності споживання та його соціокультурній інституціалізованості. Частина цих авторів розглядає споживання як складову мови як засобу структурування соціального універсуму. Інші автори приймають до уваги самостійність споживання як знаково-конструюючу діяльність. Перший напрямок можна було б визначити як постструктуралістський, другий – як семіологічний та семіотичний.

Споживання розглядається в працях представників постструктуралістського напрямку Бурдье, Баумана, Радаєва, передусім як соціокультурний феномен, який зумовлює певні конфігурації суспільних відносин.

В роботах інших авторів-представників семіологічного напрямку, зокрема Ж.-Ф. Бодрійяра, У. Еко, В. Ільїна - саме споживання концептуалізується як діяльність з перетворення явищ природного світу у знаки потреб і запитів людини. Таким чином, споживання набуває статусу знакової системи, в якій відбувається продукування симуляцій та імітацій без натуральних відповідників-референтів.

І, хоча поняття консюмеризм, як було зазначено вище трактується достатньо широко, головним чином він виступає моделлю суспільних відносин, заснованих на принципі практично необмеженого індивідуального споживання. Консюмеризм у цьому сенсі характеризується масовим споживанням матеріальних благ і формуванням відповідної системи цінностей та установок. Саме в цьому значенні ми розглядаємо консюмеризм у цій роботі.

Зрозуміло, що суспільство споживання - це не застиглий стан, а динамічний процес зміни і виробництва, і культури споживання. На ранньому його етапі сформувалася культура класичного консюмеризму, суть якого можна виразити прагненням наслідувати більш статусним верствам суспільства. Пізніше, в епоху масового виробництва виник культурний тип масового споживача, який порівнює себе з іншими і боїться від них відстати, орієнтується на загальні смаки. Це породжує культ пасивного споживача, де індивідуальне споживання - це фаза у циклі суспільного відтворення. Раціоналізація виробництва потребує раціоналізації споживання, при цьому тенденція до раціоналізації системи супроводжується тенденцією інтеріоризації індивідами цієї раціональності як

своїї власної культурної програми, перетворюючись на габітус. Водночас, тотальна раціоналізація породжує прагнення до виходу за її жорсткі рамки, продукуючи нові форми життєдіяльності. У реальному суспільстві обидві тенденції співіснують.

Специфіка сучасної ситуації полягає в тому, що концепт суспільства споживання зміг об'єднати на позаполітичній основі групи і субкультури з різними системами цінностей.

Таким чином на початок XXI сторіччя консюмеризм стає не тільки «тільки стилем життя», але й ототожнюється з основним вектором соціального життя, забезпечуючи значення його соціальному існуванню.» [13, с.7]

Масове споживання, яке виходить далеко за межі потреб для існування (виживання) людини і є надлишковим споживанням, виступає однією з ознак сучасного суспільства. ідеологія споживання змушує людей переплачувати за зовсім звичайні товари, себто, йдеться про перетворення звичайних товарів на гіперреальність, яка заміняє духовні цінності та культурне зростання. Це підтверджують дані моніторингових досліджень. За останні 40 років особисті витрати на товари та послуги в усьому світі зросли більше ніж у 4 рази. За оцінками дослідної організації Worldwatch Institute, приблизно 1,7 млрд жителів Землі нині належать до «споживчого класу». Ця група населення споживає промислово-перероблену їжу, мешкає в просторому житлі, володіє дорогими автомобілями. При цьому приблизно половина членів «класу споживачів» нині проживає в країнах, що розвиваються (Китай, Індія, Таїланд). Консьюмеризм широко проявляється у всіх типах суспільств, безвідносно до історичних, культурних, політичних і релігійних особливостей. Зростання впливовості споживання відбувається паралельно зі зростанням добробуту населення на основі науково-технічного прогресу. В. Ардін посилається на західні джерела, згідно з якими сучасний промисловий робітник за тиждень виробляє обсяг продукції, на виробництво якого в робітника XVIII ст. пішло б 4 роки. При порівнянні продуктивності праці в США сьогодні і 50 років тому виявляється, що за 12 робочих годин 2000 р. американець виробляє стільки ж товарів, скільки за 40 робочих годин він виробляв у 1950 р. [14]. Крім того, за даними Д. де Граафа, близько 70% американців щотижня відвідують торговельні центри з метою розваги. При цьому середньостатистичний американець витрачає на походи в магазини 6 годин на тиждень, на гру зі своїми дітьми – 40 хвилин [4, с. 32].

Дж. Шор вважає, що всесвітня хвиля консюмеризму накрила світ ще в 1960-ті рр., тобто, в період бурхливого економічного зростання. Саме тоді в США, Західній Європі, Японії й інших «заможних» країнах виявилася нова тенденція, коли значна чисельність населення цих держав почала витрачати гроші не стільки для задоволення потреб, скільки для вирівнювання свого статусу з іншими. Таким чином, споживання набуває не форми практики із задоволення потреб, а наслідувальної (імітаційної) активності. Г. Катона у зв'язку з цим відзначає, що «консьюмеризм є безальтернативним з ідеологічної точки зору».

Хоча не всі дослідники настільки песимістичні. Так Австралійська дослідниця споживання Хелен Шерье фіксує, що гігантський розрив між консюмеризмом і відмовою від матеріального можна подолати. Її позиція полягає в концепції дбайливого або охоронного споживання (custo-dious consumption). Справа в тому, що в консюмеризм вона виділяє як головну рису не надмірність

споживання (понад необхідне), а споживче прискорення старіння речі. У зв'язку з цим вона припускає, що охоронне споживання буде протистояти хибній новизні споживацтва [10, с. 22]. Якщо зовсім коротко - її гасло: «Зберігати старе замість придбання нового». Х. Шерье робить сміливу спробу діалектично зняти протиріччя між споживацтвом і аскезою, використовуючи матеріальне як форму протесту проти консьюмеристської ідеології. Під дбайливим, охоронним споживанням розуміється не тільки збереження речей, але і їх колекціонування, упорядкування за певним принципом, який також можна протиставити більш простій насолоді індивідуального споживача від постійного відкидання недавно придбаних речей.

Одним з сучасних видів трансформацій споживання є чисельні рухи антиконсьюмеризму, які стали однією з найважливіших культурних сил початку третього тисячоліття в житті Північної Америки і Європи і охоплюють всі її соціальні класи і вікові категорії [8, с. 121]. Якісна розмаїтість і кількісний ріст цього явища можна інтерпретувати як соціальну реакцію «самозбереження», самозахисту від деструктивного впливу споживчих дисфункцій.

Розвиток способу відтворення, з одного боку, породжує внутрішні суперечності, що стимулюють пошук шляхів їх подолання, а з іншого - створює можливості для альтернативних форм споживання, розширює меню доступних стилів.

Як зазначає російський дослідник В.Ільїн, аналізуючи феномен зеленого консьюмеризму, турбота про збереження навколишнього середовища спонукає купувати товари, які мінімізують шкідливий вплив на довкілля, змушують придбати більш дорогі екологічно чисті автомобілі, інвестувати гроші в нові енергозберігаючі технології (наприклад, сонячні батареї на даху), турбота про своє здоров'я шляхом мінімізації впливу на нього нових шкідливих товарів, наприклад, відмова від фастфуду породжує необхідність вживати екологічно чисті продукти, слідувати різноманітним дієтам. Таким чином, з економічної точки зору, цей консьюмеризм має ту ж форму, що і надспоживання, оскільки зелене споживання зазвичай дорожче звичайного. [5, с.17]

Сьогодні ми стаємо свідками певних соціальних метаморфоз. З одного боку, економічна система в цілому, виробництво, ринок, засоби масової інформації задають логіку споживання, формують його рамки, перетворюють споживача в об'єкт маніпуляції з метою отримання прибутку. З іншого боку, індивіди живуть, орієнтуючись на свої приватні інтереси, в тому числі і в збереженні і розвитку різнобічної особистості. Вони не тільки підкоряються примусу економічної системи, але і використовують її як засіб реалізації своїх інтересів. А будь-які створені людьми ментальні конструкції являють собою суміш "раціональних" і "нераціональних" уявлень, що спільно формують їх вибір. В цій ситуації найбільш перспективним, та, власне, і адекватним сучасним соціальним реаліям методологічним інструментарієм аналізу інституціональних параметрів споживання вдаються методологічні підходи неінституціоналізму, які надають можливість відстежити ефекти функціонування споживання як соціального інституту та оцінити міру ефективності/неефективності різних практик споживання в суспільстві.

Нормативний інституціоналізм розглядає споживача як "контрактуральну людину" (Р. Коуз) через призму інституціональних обмежень, які є набором

формальних і неформальних правил і норм, що регулюють взаємодію груп інтересів споживачів та міжперсональну взаємодію споживачів. З цих позицій стає можливим аналізувати інституціональні ефекти споживання - ризики, стимули та обмеження діяльності акторів суспільства споживання, які формуються поза формальними інститутами у межах функціонування мережі споживання. Через розгляд взаємодії формальних і неформальних правил здійснюється аналіз суспільства споживання. Підсумком концептуальних новацій стало багатогранне і комплексне розуміння сутності споживання, яке розглядається скоріше як той чи інший спосіб гри зацікавлених акторів з їхніми ресурсами, стратегіями і видами капіталу в рамках певного набору інституціоналізованих формальних і неформальних правил.

Для пояснення різних поведінкових форм споживання вводиться принцип "методологічного індивідуалізму", який визнає учасниками соціального процесу не тільки групи та організації, але й індивідів, поведінка яких впливає на відносини як всередині організації, так й між організаціями. В розумінні О. Уільямсона та Р. Коуза, сучасна інституціональна теорія споживання повинна вивчати людину такою, яка вона є насправді, - діючою у рамках обмежень, що накладаються реальними інститутами. Ця методологічна установка стосується не лише "економічної людини" і «людини споживання» (economic man, consumer man), але й "працюючої людини" (working man), "політичної людини" (political man).

Якщо традиційний інституціональний підхід зосереджував свою увагу на формально-організаційних аспектах функціонування системи споживання, загальноприйнятих (зафіксованих у різних соціонормативних системах) нормах та цінностях, то в контексті неінституціоналізму обґрунтовується ідея про більш складний тип раціональності мотивації акторів у їх споживчій поведінці. Норт приходять до розуміння того, що апофеозом соціально-економічного розвитку західного світу на сучасному етапі стала поява системи знеособленого обміну [7, с.90]. Можна сказати, що капіталізм здійснив тотальну оціфровку навколишнього світу. Сьогодні ми бачимо, що багато багаті люди вважають своєю сутнісною характеристикою величину їх багатства. І цей процес розповсюджується на все і на всіх. Після процедури оціфровки об'єктів нікому вже не цікаві їх якісні ознаки і характеристики, цікавою є тільки їх ціна. Однак, брак культури і відсутність ефективних інститутів можуть нейтралізувати позитивний вплив знань і технологій, гальмувати економічне зростання. Загалом, на думку Д Норта, люди приймають рішення, базуючись не стільки на основі калькуляції вигідності чи оптимального вибору, а скоріше на основі образів мислення (патернів, які вони вважають релевантними у конкретному випадку економічного чи соціального вибору [7, с.112]. В рамках цього підходу постановка питання про інституціональні перетворення споживання як джерело неорациональності в сучасній соціології зазвичай пов'язується з двома основними чинниками: по-перше, із змінами у відносинах власності, оскільки ці відносини закріплюють розподіл ресурсів між основними суб'єктами виробництва; по - друге, зі змінами в структурі інститутів влади і політичної організації суспільства. При цьому припускається, що влада і політична організація суспільства мають ознаки нематеріальних ресурсів, які створюють замовлення на ті чи інші різновиди споживчих практик, сприяючи легітимізації споживання як соціальної дії та

інституціоналізації неорациональності суспільства споживання в структурах діяльності.

Сучасна неінституціональна теорія споживання концентрує свою увагу на неформальних чинниках взаємодії інститутів, структур, індивідів, які також вважаються нематеріальними ресурсами суспільства. Її предметом є споживання як соціальна дія, мотивована стереотипами, ціннісними установками діяльності, яка включена у контекст певного інституціонального середовища, що у цілому визначає характер зв'язків між ними.

**Висновки** : Зрозумілим є те, що феномен суспільства споживання можна досліджувати лише комплексно, тобто, спираючись на переважну більшість існуючих підходів, адже в сучасних умовах консюмеризм виступає як процес рефлексивної взаємодії пануючих в суспільстві ідей та цінностей з панівними матеріальними умовами життя і організації суспільства. З точки зору неінституціоналізму, раціональність, що традиційно розуміється як характеристика, притаманна переважній більшості індивідів і дозволяє здійснити вибір на базі об'єктивних критеріїв в рамках чітко визначених соціальних умов, набуває нових значень. Ця нова раціональність визначає певні визначені поведінкові реакції.

#### **Список використаних джерел**

1. Bauman, Zygmunt. Consuming life. // Bauman, Zygmunt - Cambridge Malden, MA: Polity Press, 2007. 168 с.
2. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. / Беккер Г. - М.: ГУ ВШЭ, 2003. 672 с.
3. Блау Ф. Д. Гендерные проблемы // Экономическая теория; под ред. Дж.Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена / пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004. XII. С. 365-382.
4. Грааф Дж. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру / Джон де Грааф, Дэвид Ванн, Томас Нэйлор – М. : Ультракультура, 2003. – 392 с.
5. В.И. Ильин . Дуальность структур индивидуального потребления в исторической динамике: от советского к постсоветскому обществу. – Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований #2/2014 . – Режим доступа: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2014/08/Ilyin.pdf>
6. Маркс К. Экономические рукописи 1857-1959 годов. Ч. 1. // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Изд. 2-е: в 50 т. М.: ИМЛ, 1955-1981. Т.46, Ч. 1, 618 с.
7. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений. / Норт Д. - М.: ГУ-ВШЭ, 2010.- 256 с.
8. Поттер Э., Хиз Дж. Бунт на продажу. Как контркультура создает новую культуру потребления. / Поттер Э., Хиз Дж. – М.: Добрая книга, 2007. – 456 с.
9. Тарасенко В.И.. Социология потребления: методологические проблемы. / Тарасенко В. - К.: Наукова думка, 1993. – 164 с.
10. Cherrier H. Custodian Behavior: A material Expression of Anti-consumerism // Consumption, Market & Culture. – 2010. – № 3. – P. 260.
11. Y. Gabriel and T. Lang The Unmanageable Consumer . / Y. Gabriel and T. Lang - Sage Publications Ltd, 2006.- 232 с.
12. Leach William. Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of a New American Culture. / Leach W.- William Leach Random House; N.Y.,1993. - 428 p.
13. Smart Barry Consumer Society: Critical Issues & Environmental Consequences . /Smart B - University of Portsmouth, UK SAGE Publications Lt, - 2010 – 264 p.
14. Постмодерн: новая магическая эпоха 2. Трансформация гендера. Собрание научных статей /. – Кизиллов А., Николаевский В., Ионин Л. – Харьков, 2003.

Отримано 25.09.2014 р.