

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЙ СУСПІЛЬСТВА МАСОВОГО СПОЖИВАННЯ

*Є. В. Кучеренко, аспірант, ДВНЗ «Національний гірничий університет»,
sudik18@mail.ru*

Взаємозв'язок виробництва і споживання розглядається з точки зору теоретиків концепції «суспільство споживання». Проаналізовано причини становлення даного феномену у системі економічних відносин сучасного суспільства. Показано основні методологічні підходи дослідження суспільства споживання. Виокремлено взаємозалежність духовного розвитку людини і розвитку сучасного суспільства споживання.

Ключові слова: виробництво, споживання, взаємозв'язок виробництва і споживання, суспільство споживання, консьюмеризм, духовність, духовна сфера.

Постановка проблеми. Соціальні та економічні зміни, які відбулися в Україні після здобуття незалежності, призвели до появи абсолютно нових соціальних та економічних феноменів. Під впливом трансформаційних процесів та глобалізації в українському суспільстві сформувався особливий тип ринкової економіки, який на практиці виявився аж занадто далеким від тієї ідеальної моделі, яка була орієнтиром під час проведення реформ.

Орієнтація на домінування егоїстичних інтересів і приватну ініціативу в умовах над монополізму та майже повної відсутності державного контролю над економічною діяльністю, призвели до встановлення контролю над стратегічними ресурсами і захоплення у ході приватизації найбільш прибуткових сфер економіки.

Виробництво вітчизняних товарів у 90-ті рр. ХХ ст. виявилось не досить прибутковою сферою у порівнянні з фінансовими операціями та зовнішньою торгівлею, куди став спрямовуватися швидко зростаючий капітал «нових українців». Як наслідок, економіка зазнала катастрофічного спаду, у ході якого було практично знищено вітчизняну промисловість. Натомість для українського споживача відкрились зовнішні ринки і зарубіжні товари, а разом з ними у сірі та непрості будні кризового періоду прийшли яскраві картинки «заморського життя» та гламуру.

Саме у цей період відбувається докорінна зміна суспільної свідомості українців та переоцінка цінностей. На зміну ідеалам колективізму, солідарності, рівності матері-

альних статків та скромності у споживанні приходять крайній індивідуалізм та матеріалізм. Така зміна споживацької поведінки негативно позначилася на всіх сторонах суспільного життя, що потребує глибоких наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. «Суспільство споживання» як соціальний феномен вже більш ніж п'ятдесят останніх років ХХ ст. перебуває у сфері уваги і вивчення таких наук як економіка, філософія, соціологія, антропологія, політика. Вперше цей термін увів до наукового вжитку видатний психолог, послідовник З. Фрейда, а у подальшому представник неомарксистського напрямку економічної науки, Е. Фромм [1]. Питаннями негативного впливу суспільства споживання на особистість та суспільний розвиток переймався Г. Маркузе [2].

У сфері сучасних соціологічних досліджень, які зосереджені на вивченні споживання як одного із основоположних факторів формування соціальної структури суспільства, вагоме місце належить Ж. Бодрійєру [3].

Серед вчених-економістів найбільш ґрунтовно до аналізу феномена споживання підійшли представники інституціонального напрямку економічної думки – Т. Веблен та Дж. К. Гелбрейт [4 – 6].

Така увага з боку представників різних суспільних наук і, відповідно, міждисциплінарний характер досліджень, зумовлені тим, що суспільство споживання не є атрибутом виключно економічної сфери, а знаходиться у тісному взаємозв'язку з іншими

складовими суспільного організму.

По суті, воно здійснює вагомий вплив на всі сторони людської життєдіяльності, а саме: впливає на зайнятість населення та встановлення відтворювальних пропорцій на макроекономічному рівні функціонування національної економіки, визначає обсяги заощаджень та спрямованість інвестицій, окреслює сферу виробництва суспільних благ, змінює характер соціальних відносин у суспільстві, породжує певні політичні ідеології й формує впливові суспільні та державні структури, а також досить активні політичні рухи. Це стає можливим за рахунок впливовості суспільства споживання на духовну сферу життєдіяльності, в якій воно змінює ціннісну складову свідомості людей, їх моральні відносини між собою та якість моральних вчинків.

Така складна природа взаємозв'язків суспільства споживання викликає необхідність пошуку методологічної основи його дослідження. Важливим є перехід від фрагментарних досліджень цього феномену до створення комплексної теорії.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є з'ясування місця феномена «суспільство споживання» в системі сучасних соціально-економічних відносин, окреслення теоретико-методологічних підходів його дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява суспільства споживання пов'язана з історичним процесом еволюції соціально-економічних відносин. Первинне його становлення відбулося внаслідок розвитку капіталізму, яке супроводжувалось швидким економічним і технічним розвитком та такими соціальними змінами, як зростання доходів, що суттєво вплинуло на зміни в структурі споживання різних прошарків населення і його свідомості.

Так, значні ціннісні трансформації відбулися в західному світі у 50–60-х рр. ХХ ст., де мала місце постійна орієнтація на егоїстичне задоволення власних бажань, пов'язаних з оволодінням матеріальними благами, що призвело до втрати ціннісних орієнтирів в суспільстві. Вже у другій половині ХХ ст. спостерігалось різке зростання особистих витрат на товари та послуги, що вплинуло на різке зниження рівня заощад-

жень, а, отже, й негативно відобразилось на можливостях інвестиційної діяльності суспільства та економічного зростання. Очевидним стало те, що різкий стрибок в бік споживання міг статися тільки під впливом нав'язування суспільству певних ідеалів, які допомагали досягти власної економічної вигоди.

Як зазначав В. Ліч, до кінця ХІХ ст. споживання і виробництво для більшості людей були нерозривно пов'язані: люди, що працювали, знали звідки з'являються товари і добробут, оскільки вони самі виробляли їх, допоки пізніше комерційні інституції не перебрали на себе контроль над виробництвом та споживанням [7, с.146].

Як наслідок, відбувся відрив виробництва від споживання, утворився окремий автономний світ споживача, де відсутність залученості до процесу виробництва товарів і втрата можливості реального їх оцінювання, супроводжується створенням образів товару. Як пише З. Бауман, впродовж всієї людської історії саме споживання, а також пов'язані з ними види діяльності (виробництво, заощадження, розподіл об'єктів споживання) слугували «сировинним матеріалом» з якого проростає розмаїття форм життя і зразків міжособистісних стосунків за допомогою винаходів культури, керованих уявою [8, с.197].

Першим на таку модифікацію звернув увагу один з представників традиційного інституціоналізму Т. Веблен, який у ХІХ ст. запропонував теорію показного (престижного) споживання. У своїй роботі «Теорія бездіяльного класу», він показав залежність споживання товарів не від потреб людей, а від їхнього прагнення виокремитися серед інших, що обумовлено інстинктом суперництва та бажанням слави [4]. Ці соціальні інстинкти призводять до того, що товари отримують оцінку не по своїм споживчим якостям, а по тому, настільки володіння ними відрізняє конкретну людину від оточення.

В суспільстві споживання, як зазначав Веблен, присутній демонстративний та престижний характер споживання, який спрямований на показ виняткового (особливого) положення клієнта, котрий купує ті чи інші товари чи послуги. У демонстративному

споживанні присутній елемент гордині.

І якщо демонстративне споживання є підтвердженням суспільної значимості й успіху, то це примушує споживачів середнього класу і бідних прошарків населення імітувати поведінку багатих. Таким чином, Веблен приходив висновку, що в сучасних йому умовах характер споживання визначається значною мірою уявними нормами респектабельності.

Шукаючи відповідь на питання про походження цих норм, вчений доводить, що ринковий попит є завжди формою прояву економічної системи і в такій якості є і результатом, і причиною економічних дій. Сучасна економічна система, на думку Веблена, є системою домінування крупних виробників, які формують попит через вплив на свідомість споживача. Така політика є засобом їхнього просування до задоволення економічного інтересу в максимізації прибутку, оскільки саме високі темпи зростання особистого споживання забезпечують збільшення обсягів продажу товарів, а значить, і доходів.

Соціальними наслідками престижного споживання є неправильне спрямування виробничої енергії і, в кінці кінців, втрата суспільного добробуту, оскільки значна частина доходу не інвестується, а слугує засобом створення умов для пустих розваг бездіяльного класу.

На цих же позиціях стоїть і видатний американський економіст і соціолог Дж. К. Гелбрейт. Всі потреби він поділяє на біологічні і психологічні. Біологічні потреби породжуються особливостями функціонування людського організму, а психологічні виникають під впливом зовнішнього середовища. До таких потреб вчений відносить потреби в успіху, престижі, усвідомленні власної привабливості тощо. Гелбрейт приходив висновку, що саме система ринкової економіки через навіювання і наслідування породила суспільство масового споживання, зробила із «людини розумної людину споживаючу».

Конкуренція, яка утверджує взаємозв'язок між споживанням і виробництвом через домінанту першого, в епоху посилення процесів концентрації і централізації виробництва і капіталу суттєво послаблюється

і монополія, яка приходить їй на зміну, формує цей взаємозв'язок через диктат виробництва. Гелбрейт показує, що великі компанії, які володіють ринковою владою та прагнуть високих прибутків, майстерно маніпулюючи рекламою та іншими інструментами впливу на покупця, формують і змінюють психологічні потреби людей.

«Насправді фірма-виробник і галузь значною мірою формують ціни і формують попит, використовуючи для цього монополію, олігополію і диференціацію товару, а також рекламу, просування товарів і стимулювання збуту... Проте, нам слід мати на увазі й соціальні витрати. Корпоративна влада проголошує, що успіх суспільства – це ще більше автомобілів, телевізорів, різного одягу та інших споживчих товарів. А також все більше і більше смертоносної зброї. Така міра людської цивілізації [6, С. 81–82].

Завдяки роботам Веблена і Гелбрейта в економічній науці утвердився підхід, який на відміну від неокласичних уявлень, розглядає споживання не як результат індивідуалістичної логіки задоволення потреб, а як наслідок впливу влади виробника, що набула величезної сили у ході еволюції ринкової системи. Ці теорії показали, що модель споживання, яка остаточно оформилася у другій половині ХХ ст., стала певним системно-інституційним каркасом сучасних капіталістичних суспільств, де консьюмерізм (різновид споживання, який спирається на принцип марнотратства) стає глобальним і «природним» способом життя.

Одним дослідників цього каркасу був французький соціолог Ж. Бодрійяр, який вважав, що суспільство споживання – це суспільство самообману, де неможливі ні справжні почуття, ні культура. «... це також суспільство навчання споживанню, соціального дресирування у споживанні, тобто існує новий та специфічний спосіб *соціалізації*, що з'явився у зв'язку з виникненням нових продуктивних сил і монополістичною перебудовою економічної системи з високою продуктивністю» [3, с.111].

Вчений вважав, що в маніпулюванні споживанням полягає пояснення парадоксів сучасної цивілізації, для якої необхідні бідність та війни, переслідуючи одну й ту саму мету – нарощування виробництва. «Наше

«суспільство споживання»: це відмова від дійсності на основі жадібного і примножувального вивчення знаків» [3, с.16].

Ж. Бодрійяр показав, що просування індустріального суспільства до більш високої стадії розвитку змінює соціальні відносини між людьми – «...люди в суспільстві добробуту оточені не стільки, як це було в усі часи, іншими людьми, скільки об'єктами споживання [3, с.5].

Речі лежать в центрі уваги сучасної людини. Вони формують її бажання і звички, визначають практики її повсякденної дії, обмежуючи їх своїми правилами-інструкціями. Вони є матеріально втіленими символами, які позначають соціальний статус і роль свого користувача. Якщо за часів К. Маркса влада речей утверджувалася через матеріалізм індустріального виробництва, то постіндустріальне суспільство підпорядковується речам не тільки на матеріальному, а й на глибоко символічному рівні [9, с.373].

Дослідження Ж. Бодрійяра показали, що споживання у ході еволюції суспільства стає все більше наслідком соціальної логіки диференціації. Ж. Бодрійяр, як і всі соціологи, приклав до дослідження суспільства споживання підхід, за яким останнє поставало результатом впливу на людину і її свідомість соціального оточення. Майже в такому ж контексті розглядають даний феномен і представники франкфуртської школи Е. Фромм та Г. Маркузе.

Вивчаючи проблему людини, яка була основною темою його досліджень, Е. Фромм аналізує її потреби – у спілкуванні, у творчості, у пізнанні, в освоєнні буття, у відчутті глибоких коренів тощо. Протягом усієї своєї наукової діяльності вчений залишався вірним основним теоретичним положенням психоаналізу і прагнув з'ясувати, яку роль відіграють психологічні фактори в соціумі, намагався розкрити психологічний механізм суспільного розвитку.

Поставивши у центр своїх досліджень психологічну модель людини, він намагався проаналізувати розгортання потенційних людських якостей у процесі пристосування людини до конкретної соціально-економічної дійсності. Через суперечність між людиною та природою Е. Фромм виво-

дить фундаментальні психологічні потреби, які підносять до статусу вічних, незмінних, поза історичних за своїм походженням спонукань. Спираючись на цей теоретичний фундамент, він дотримується думки, що людська природа як сукупність універсальних потреб у своєму історичному розвитку реалізується різними способами залежно від конкретних соціальних умов. Тобто, вона і зберігається, і в той же час постійно модифікується під впливом соціуму.

Вплив сучасного західного суспільства на людину Е. Фромм намагається показати у своїй роботі «Мати чи бути», аналізуючи суспільство крізь призму конфлікту двох орієнтацій характеру (ринкового і продуктивного), а також через суперечність двох способів існування людства – володіння та буття. Під володінням та буттям він розумів дві різні структури характеру. Коли людина дотримується принципу *володіння*, становлення її до світу виражається в прагненні зробити його об'єктом володіння, перетворити все і всіх на свою власність. Протилежним способом існування виступає *буття*, за Фроммом, це життєлюбство, справжня причетність до світу, істотна реальність особистості [1].

Е. Фромм був впевнений у тому, що багатство не робить людину щасливою. Стан сучасного суспільства дуже непокоїв науковця, він вважав, що воно «...складається з «атомів» – найдрібніших, відокремлених один від одного часток, що утримуються разом егоїстичними інтересами і необхідністю використовувати один одного» [10, с.164]. Про небезпеку психологічного стану сучасної людини у майбутньому Е. Фромм висловився таким чином: «У минулому небезпека полягала в тому, що люди ставали рабами. Небезпека майбутнього – в тому, що люди можуть стати роботами» [10, с.420].

Через це, Фромм закликав до створення нового ідеального суспільства, в якому орієнтація людини на *володіння* буде змінена орієнтацією на *буття*. Функцією нового суспільства, він вважав, сприяння виникненню нової людини, якій властиві такі якості: готовність відмовитись від усіх форм володіння заради того, щоб повною мірою бути; відчуття себе на своєму місці в сфері

свого буття; визнання всебічного розвитку людини та її близьких вищою метою життя; відчуття свого єднання з життям, відмова від підкорення, від експлуатації, руйнування та виснаження природи, прагнення зрозуміти природу, жити в гармонії з нею.

Не оминула проблема суспільства споживання ще одного представника франкфуртської школи Г. Маркузе, який поєднавши марксизм та фрейдизм у єдиному методологічному підході намагався розглянути суспільний розвиток та сформулювати критичну теорію по відношенню до нього.

У своїй роботі «Одномірна людина» вчений висуває гіпотезу, що індустріальне суспільство перетворилось на зазомбоване суспільство, яке діє не за власним бажанням, а під впливом маніпуляції потребами. «Люди впізнають себе в оточуючих їх предметах споживання, знаходять свою душу в своєму автомобілі, стереосистемі, квартирі з різними рівнями, кухонному обладнанні. Сам механізм, що прив'язує індивіда до суспільства, змінився, і суспільний контроль тепер коріниться у нових потребах, вироблених суспільством» [2, с.10].

На думку вченого, така демократична несвобода, породила *одномірне суспільство*, яке існує за рахунок гіпнозу ЗМІ, які впроваджують в кожен індивідуальну свідомість *хибні потреби* та культ споживання: «... наші засоби масової інформації не відчувають особливих труднощів у тому, щоб видавати приватні інтереси за інтереси всіх розумних людей» [2, с. 1].

Г. Маркузе наголошує, що вихід із становища, яке склалося, має знаходитися поза впливом, спрямованим на модернізацію зовнішніх політичних і економічних умов. Важливими є зміни внутрішньої свідомості людини «моральна революція», спрямована на утвердження нових цінностей і виховання альтернативних потреб.

Теорії кінця ХХ ст. відносно суспільства споживання окреслили його основні риси, сформулювали наукові уявлення про фактори зміни взаємозв'язку між виробництвом і споживанням та запропонували шляхи усунення негативних соціально-економічних наслідків диктату влади виробника. При цьому представники критичного крила даних теорій більше уваги звертали не на

економічні, а на духовні й психологічні чинники суспільних змін. Цим пояснюється недостатня увага ортодоксально налаштованих економістів до ідей і рекомендацій, висунутих Вебленом, Гелбрейтом, Бодрійяром, Фроммом і Маркузе.

Однак, розвиток цивілізації у ХХІ ст. ще більш загострив суперечність між виробництвом і споживанням і підійшов до такого стану, коли позбавлена етичного характеру культура буржуазного суспільства дедалі більше стала загрожувати добробуту та існуванню людини.

Якщо ж розглядати суспільство споживання в нашій країні, то як справедливо зазначив О. Кендюхов «Свідомість українського суспільства піддалась перманентному нігілізму». На його думку «українське суспільство за роки незалежності так і не змогло створити нові вищі цінності, залишаючи свою свідомість відкритою і доступною для заповнення її примітивними цінностями-бур'янами», «Перманентний нігілізм постійно очищував поле суспільної свідомості від високих культур, поки дрібні і нікчемні, але легкі для сприйняття цінності *суспільства споживання*, породженого філософією маркетингу, повністю не заповнили поле людської свідомості. Причому так щільно, що, можливо, вже ні один жолудь на ньому не проросте. [11, с.2].

Недооцінка впливу духовності на суспільний розвиток стала поступово усвідомлюватися вченими-економістами, які частіше стали розуміти, до яких суспільних втрат може призвести так звана «масова культура» буржуазного суспільства у тих спільнотах, які не мають міцних моральних основ. Першим на цю проблему звернув увагу Г. Задорожний, який вважає, що «без моральних цінностей неможливий *цілісний та цільний світогляд*, що мусить лежати в основі думок, знань, рішень та дій людей. Без такого світогляду людина позбавлена не тільки світогляду, але й бачення сенсу життя» [12, с.4]. Людину, в якій відсутні моральні цінності він називає *недолюдиною в образі людському*, в якому відсутня совість через її непотрібність.

В житті людини моральність виконує роль «компасу», який дозволяє їй орієнтуватися в світі соціальних цінностей. Через

систему орієнтацій, норм, заборон, оцінок, ідеалів, вона регулює поведінку людей, дозволяє встановити зв'язок вчинку та всієї поведінки людини з суспільною системою цінностей. При цьому, регулюючи поведінку людини, мораль велить їй діяти відповідно до бажаної норми. Задача моралі полягає в тому, щоб орієнтувати свідомість і поведінку людини на здійснення ідеалу належного [13].

У духовній сфері наслідки затвердження консьюмерізму найбільш деструктивні. Так, наприклад, в процесі перегляду духовних цінностей під удар потрапляє *мораль*. Людина починає розглядати собі подібних не в якості унікальних особистостей, гідних поваги та піклування, а в якості своєрідних об'єктів, які задовольняють одну з численних потреб.

Жага володіння речами за всяку ціну руйнує в людині моральні цінності, людське щастя постає в залежності від рівня споживання, тобто споживання стає метою та сенсом життя. Таке нездорове споживання Г. Задорожний називає *гламурним потребляством*, а людину, яка приймає в цьому участь за *зомбованим біороботом* [12, с.5].

Втрата людьми моральних орієнтирів породжує їх дезорієнтацію в часі. Цілі, які нещодавно визнавалися безумовно піднесеними, позбавлені сьогодні життєво важливого сенсу та значення. Загальним наслідком стало руйнування моралі та гранична індивідуалізація людського існування, коли людина розглядає в якості суб'єкта самого себе.

Тому у сучасних умовах проблема формування духовності, духовної культури або суспільної свідомості суспільства особливо стає актуальною. Відчуженість від культури, знецінення престижу освіченості та інтелектуальної діяльності, зниження моральних критеріїв своєї та чужої поведінки складають невирішені проблеми при формуванні життєвої позиції суспільства.

Висновки. Еволюція ринкової економіки привела до викривлення традиційного взаємозв'язку виробництва і споживання. Потреби сучасного споживача все більшою мірою залежать не від його індивідуальних нужд, а від нав'язаних і насаджених диктатом корпорацій стандартів престижного споживання.

У погоні за надприбутками фірми використовують агресивні методи тиску на споживача, примушуючи його вступати в гонитву за статусними товарами. У результаті в суспільстві загострюються як соціально-економічні проблеми, так і проблеми особистості. Виходом із становища, що склалося, стають заходи, спрямовані на регулювання ринкової влади, а також глибокі реформи в духовній сфері суспільства.

Міра розвитку духовної сфери визначається мірою розвитку сутнісних цінностей людини, багатогранністю і багато варіантністю форм самореалізації її духовного потенціалу, індивідуального самоствердження. Підвищення ефективності процесу формування духовної культури – це процес руху до універсальних і багатогранних форм індивідуальної самореалізації її цінностей. Ефективність цього процесу зумовлена, насамперед, не зовнішніми обставинами, а, головним чином, внутрішньою активною діяльністю людини, працею її душі, власними почуттями і переживаннями кожної індивідуальності.

Актуальним постає питання, яке розглядає В. Громов «чи можлива цивілізація, побудована на засадах духовності? Чи мислимо «духовне людство» чи якісна трансформація «критичної маси» суспільства, яка задавала б ідейно-ціннісне домінування духовних смислів?». І сам дає відповідь: «Цивілізацій, продуктивних в матеріальному відношенні, які дають простір особистій самостійності індивідів та одночасно високодуховних писана історія не засвідчила» [14, с.144] Але, на його думку, «...суспільство накопичило величезний досвід морального самовдосконалення за допомогою релігії та в пошуках моральної істини через філософію та мистецтво, що тільки потрібно побажати скористатися цим багатством...» [14, с.144]. Ми повністю поділяємо цю ідею.

Література

1. Фромм Э. Иметь или быть / Э. Фромм; пер. Н. Войскуновской, И. Каменкович, Е. Комаровой, Е Рудневой, В. Сидоровой, Е. Феединой и М. Хорькова. – М. : «АСТ», 2000. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.psylib.org.ua/books/fromm02/index.htm>
2. Маркузе Г. Одномерный человек. [Електронний ресурс] / Режим доступу:
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. Веблен Т. Теория праздного класса: пер. с англ. / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 368 с.
5. Гелбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. Избранное / Дж. К. Гелбрейт – М. : Эксмо, 2008. – 1200 с.
6. Гелбрейт Дж. К. Экономика невинного обмана: правда нашего времени / Дж. К. Гелбрейт. – М. : Изд-во «Европа», 2009. – 88 с.
7. William R. Leach. Land of Desire: Merchants Power? And the Rise of a New American Culture. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://books.google.com.ua/books/about/Land_of_Desire.html?id=VHZ6UAudSiUC&redir_esc=y
8. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Логос, 2005. – 390 с.
9. Набруско І. Ю. Особливості споживання як соціальної дії в умовах постмодерної епохи / І. Ю. Набруско // Вісник ОНУ ім. Мечникова. Соціологія і політичні науки. 2013. – Т. 18. – Вип. 2(18). – Ч.1.
10. Фромм Э. Здоровое общество. Догмат о Христе / Э. Фромм. – М., 2005. – 298 с.
11. Кендюхов А. В. Общество потребления как национальная трагедия Украины / А. В. Кендюхов. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://gazeta.zn.ua/POLITICS/obschestvo_potrebleniya_kak_natsionalnaya_tragediya_ukrainy.html
12. Задорожный Г. В. О методологических основах познания и становления социальной экономики / Г. В. Задорожный. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/39801>
13. Катунина Н. С. Природа духовности человека: [Монография] / Н. С. Катунина. – М. : Изд-во «Прометей», 2005. – 258 с.
14. Громов В. Є. Смысл і границі людської духовності: [Монографія]. / В. Є. Громов. – Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 2005. – 158 с.

Взаимосвязь производства и потребления рассматривается с точки зрения теоретиков концепции «общество потребления». Проанализированы причины становления данного феномена в системе экономических отношений современного общества. Показаны основные методологические подходы исследования общества потребления. Выделены взаимозависимость духовного развития человека и развития современного общества потребления.

Ключевые слова: производство, потребление, взаимосвязь производства и потребления, общество потребления, консюмеризм, духовность, духовная сфера.

Interrelation between production and consumption is considered from the point of view of theoretical concepts of «consumer society». The reasons for the formation of phenomena in the system of economic relations in modern society are analyzed. The basic methodological approaches to the study of consumer society are showed. Interdependence of human spiritual development and modern consumer society development is pointed out.

Keywords: production, consumption, production-consumption interrelation, consumer society, consumerism, spirituality, spiritual sphere.

Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Пилипенко Ю. І.

Надійшла до редакції 22.11.14.