

УДК 321.01

DOI: 10.26693/ahpsxxi2019.01.050

ЕТАПИ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЙ СУСПІЛЬСТВА СПОЖИВАННЯ

Анна Соловійова,

e-mail: soloan2003@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Чорноморський національний університет імені Петра Могили,
Україна, 54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10

Аліна Сироватка,

e-mail: syrovatkaa687@gmail.com

Чорноморський національний університет імені Петра Могили,
Україна, 54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10

У статті представлені результати соціально-політичного пізнання суспільства споживання, як способу соціалізації індивідів у суспільстві; розглянуто передумови та етапи його становлення, окреслені характерні особливості. Споживання розглядається в якості стійкого соціального процесу, що слугує способом конструювання ідентичності споживача. Автори у ході роботи доводять складність та актуальність даного явища, за рахунок наявності великої кількості різноманітних підходів та теорій до розуміння суспільства споживання.

Ключові слова: суспільство, культура споживання, консьюмеризм, споживча революція, глобалізація, суспільство споживання, етапи становлення суспільства споживання

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Явище споживання початково фігурувало, в якості предмета дослідження економічної науки, проте за рахунок того, що споживання трансформувалося та поширилося на всі сфери людського життя, згодом можна відмітити появу наукових доробків у цій сфері вчених-соціологів, філософів, психологів. Споживання існувало в межах вироблення блага та його використання, задоволення власних потреб, але з зміною суспільного ладу, воно стало важливою частиною комунікації та набуло глобального масштабу.

Споживання входить до числа ключових сфер життєдіяльності людини, трансформується у різні типи та набуває глобальних масштабів. Сьогоднішню епоху часто знаменують, як епоху закріплення суспільства споживання, проте початок культури споживання зародився заздалегідь до промислової доби, адже споживчий переворот відбувся внаслідок піднесення економічного виробництва та ринку наприкінці XVIII ст.

Феномен споживання дедалі швидше перетворюється на одну з найважливіших сфер життя сучасної людини, це призводить до масштабних перемін в організації суспільних відносин, а саме до переосмислення цінностей та ідеалів, зміни життєвих установок. Вплив здійснюється методом використання ЗМІ, споживання виходить на несвідомий та неконтрольований рівень, коли людина споживає товари та послуги, яких вона не потребує, використання яких набуває все більш демонстративного характеру. Головними перевагами таких предметів мають бути репутація й авторитет, а якість втрачає свою важливість. Очевидним є той факт, що суспільство споживання могло виникнути лише за умов капіталізму, який замінив християнську безкорисливість і пуританський аскетизм корисливістю, особистим збагачення і споживання.

В сучасних реаліях посилення масового явища споживання, необхідним є окреслення основних етапів розвитку даного процесу, аби мати змогу на майбутнє мінімізувати негативні наслідки від нього.

Розповсюдження такого явища як споживачтво спричинило за собою виникнення різноманітних концепцій, теорій та підходів до його розуміння. Тому, перш ніж пе-

рейти до проведення аналізу еволюції суспільства споживання, необхідно визначити головні концептуальні підходи до визначення вказаного поняття, які наявні в науково-дослідницькій літературі. У науковому обігу розповсюджена думка, що суспільство споживання утворилося після Другої світової війни на території Сполучених Штатів Америки, а згодом затвердився в Європі, оскільки фактично функціонування даного типу організації суспільства можливе при постійному відтворенні товару, за допомогою автоматизованого виробництва.

Аналіз наукових досліджень з обраної теми свідчить, що питання становлення концепцій суспільства споживання масштабно розробляли зарубіжні вчені соціологи та філософи: Т. Веблен¹, М. Вебер², Г. Зіммель³, Е. Фром⁴, Г. Маркузе⁵, Ж. Бодрийяр⁶, Ж. Фурастьє⁷, Д. Гелбрейт⁸. Культура споживання, стала предметом дослідження багатьох вчених в різних галузях науки, які здійснювали спроби тлумачення та дослідження даного феномену, що спричинило собою появу концепцій та теорій становлення суспільства споживання. Глибинний аналіз цієї проблематики був втілений у роботах Н. МакКендріка⁹, М. Фезерстоуна¹⁰, Дж. Рітцера¹¹ й інших західних науковців.

Звертаючись до українських наукових поглядів на феномен масового споживання, можна простежити, що теорія розвивалася в напрямі дослідження соціальних розривів. Прототипом стали дослідження в межах радянської соціології, які полягали в аналізі рівня споживання різних шарів населення, проблематики соціальної стратифікації. Наукова думка, яка розвивалася на теренах СНД, вміщує аспекти споживання в контексті ЗМІ та розглядає його як своєрідний спосіб соціальної комунікації, тому даному питанню присвячено достатню кількість праць вітчизняних вчених, зокрема, В. Торяник¹², Н. Лікарчук¹³, Я. Зоська¹⁴.

Отже, **метою даної статті** є визначення головних етапів становлення суспільства споживання.

Завдання дослідження. Одним з визначних завдань дослідження, постає генезис суспільства споживання, тобто встановлення періодизації в його зародженні та інтенсифікації, систематизації наукових поглядів, що в кінцевому рахунку дозволить розробити ґрунтовні судження про концепцію шляхом аналізу існуючих в суспільно-політичній думці теорій та підходів до розуміння цього явища.

Методи та прийоми дослідження. Складність та специфіка теми роботи, передбачає використання широкого діапазону наукових методів. Реалізація мети дослідження, вимагає використання сукупності загальнонаукових методів: методи ана-

¹ Веблен, Т. (1984). *Теорія праздного класу*. Москва: Прогресс.

² Вебер, М. (1990). *Избранные произведения*. Москва: Прогресс.

³ Зіммель, Г. (1996). Созерцание жизни. В Г. Зіммель *Избранное*. Москва: Юристъ, 2, 266-291.

⁴ Фромм, Э. (1998). *Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть?* Киев: Ника-Центр.

⁵ Маркузе, Г. (2002). *Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества*. Москва: ООО «Издательство АСТ».

⁶ Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Москва: Республика; Культурная революция.

⁷ Фурастьє, Ж. (2001). *Великая надежда XX века*. Москва: Наука.

⁸ Гелбрейт, Дж. (1976). *Экономические теории и цели общества*. Москва: Прогресс.

⁹ McKendrick, N., Brewer, J. & Plumb, J. (1982). *The Birth of Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-century England*. Bloomington: Indiana University Press.

¹⁰ Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.

¹¹ Ритцер, Дж. (2002). *Современные социологические теории*. Санкт-Петербург: Питер.

¹² Торяник, В. (2011). Політичний консумеризм як результат маркетизації політичної боротьби в контексті послаблення партійного активізму. *Вісник національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого*, Сер. Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 9, 247-254.

¹³ Лікарчук, Н. (2010). Політичний консьюмеризм як форма вияву політичної активності. *Гуманітарні студії*, 7, 157-164.

¹⁴ Зоська, Я. (2011). *Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні*. Запоріжжя: КПУ.

лізу і синтезу, індукції та дедукції. Метод індукції розкриває сутність та особливості функціонування суспільства споживання через події та дані, які відображають властивості та ознаки, даного типу суспільних відносин. На основі їх осмислення можна отримати та систематизувати загальні характеристики даного явища. Дедуктивний метод висвітлює основні складові проблематики дослідження. Метод наукового пізнання дозволяє охарактеризувати стан наукової розробки теорій суспільства споживання зарубіжними та вітчизняними науковцями.

У процесі дослідження були використані методи теоретичного пізнання: історичний, системний, структурно-функціональний, діалектичний та синергетичний. Як основний метод застосовувався метод порівняння при характеристиці систем суспільної організації за різних часових періодів, аби мати змогу прослідкувати еволюцію та інтенсифікацію суспільства споживання, що на кінцевому етапі сприяє визначенню умов, які передували підйому та процвітанню даної концепції і порівняти з сучасним станом справ. Історичний метод використовувався при вивченні історичного досвіду становлення суспільства споживання. Системний метод надав можливість досліджувати феномен у системі глобальних відносин. Структурно-функціональний метод допомагає вивчити основні механізми реалізації та функціонування масового споживання та його структурні складові.

Результати та дискусії. Спершу, явище споживання фігурувало, як предмет дослідження економічної науки. Проте за рахунок того, що споживання трансформувалося та поширилося на всі сфери людського життя, згодом можна відмітити появу наукових доробків у цій сфері вчених-соціологів, політологів, філософів, психологів. Споживання існувало в межах вироблення блага та його використання, задоволення власних потреб, але зі зміною суспільного ладу, воно стало важливою частиною комунікації та набуло глобального масштабу. Масове виробництво, розвиток науки і техніки, збільшення товарів та послуг спровокували появу суспільства споживання. Така форма суспільного ладу як капіталізм спровокувала утворення суспільства споживання. З'являється концепція в, якій споживання відіграє визначну роль та отожднює саме існування суспільства.

Поняття «суспільство споживання» слід розглядати в двох його найбільш розповсюджених напрямках. По-перше, це концепція, яка склалася у XIX ст., що містить у собі переконання та установки щодо ролі споживання у суспільстві, його перетворення в одну з найважливіших сфер людського життя. По-друге, суспільство споживання – резонансне поняття, яке можна охарактеризувати, як форму організації суспільних відносин, в якій переважним є надмірне бажання збагачення матеріальними та нематеріальними благами, задоволення власних потреб та на меті, якого є безперервне виготовлення товарів та послуг.

Період XVIII ст., можна вважати, як такий, в якому споживання, як масове явище тільки почало з'являтися та було характерне для вузького кола громадян.

Якщо брати до уваги географічні рамки становлення суспільства споживання, то виявляється в Сполучених Штатах Америки суспільство споживання встановилося після закінчення Другої світової війни та в результаті стрімкого економічного підйому, розпочалася так звана кампанія просування та популяризації споживання, яке вкладали людям у свідомість на всіх рівнях їх діяльності та самореалізації, від дрібного підприємництва до політики. Стосовно Європи, то тут суспільство споживання розвивалося більшою мірою з середини 60-х років XX ст. Для країн пострадянського простору характерний тип споживання, закладений з часів СРСР, особливістю якого було авторитарне виробництво, яке переважало над споживанням.

Першопрохідцями щодо тлумачення феномену споживання вважаються такі дослідники XIX–XX століття як Г. Зіммель¹⁵, М. Вебер¹⁶, Т. Веблен¹⁷, які висували у сво-

¹⁵ Зіммель, Г. (1996). Указ. раб., 266-291.

¹⁶ Вебер, М. (1990). Указ. раб.

¹⁷ Веблен, Т. (1984). Указ. раб.

їх соціально-філософських доробках концептуальне мотивування тих процесів, які були характерні в області споживання в період XVIII–XIX століття.

Суспільство споживання являє собою широке поняття, котре включає велику кількість різноманітних теорій та концепцій, які в свою чергу розрізняються за видами споживання, мотивами, потребами, що провокують появу даного феномену. Науковий дискурс транслює багатоманітні погляди на становлення та розвиток явища, проте відсутня чітка періодизація та причинно-наслідковий зв'язок. Умови зародження суспільства споживання у ранні періоди не надто досліджені у соціально-політичній думці, проте були дослідники, які все ж таки акцентували увагу на ранньому етапі зародження явища, починаючи з XVI ст., доводячи ознаки існування масового споживання майже з кінця Середньовіччя.

Спробу з'ясувати першооснову суспільства споживання, зробили автори колективної монографії «Народження суспільства споживання» Н. МакКендрік, Дж. Бревнер і Дж. Пламб, які прийшли до висновку, що суспільство споживання з'явилося напередодні індустріальної доби і характерним для нього був акцент на персональних потребах і збуті продукції. Дослідники вважають, що витоки суспільства споживання припадають на другу половину XVI ст., коли англійська аристократія масово захопилася споживанням, мотивами такої поведінки виступала розкіш, яка поширювалася поміж представників привілейованих прошарків¹⁸.

XVIII ст. ознаменувалося зародженням такого явища, як споживацька революція, що і спричинила тривалий еволюційний процес. Основою, що дає змогу робити подібні висновки, є саме характерні особливості, які відрізняють споживацтво від споживання, а саме: процес комерціалізації, який обіймає значну частину послуг та товарів; ріст споживання предметів розкоші; зміна акценту на попиті, а не на пропозиції; жага людей до задоволення і багатства; споживання набуває демонстративних рис. Тлумачення споживчої революції полягало в тому, що походження теперішнього суспільства споживання бере своє коріння з XVI ст., а подією, яка поширила це явище, стало капітальне споживання предметів розкоші та використання найманої праці знаттю Англії.

Французький історик Д. Роше теж наполягав на тому, що споживання – це дійсність, яка утворилася до індустріальної епохи, «вводить поняття «родинне споживання», яке пов'язує з колективним характером традиційного суспільства й розподілом доходів родини. У структурі потреб традиційного суспільства він виділяє два типи: реальні, що мають утилітарну спрямованість, і потреби, що створюють соціальну видимість – комфортне споживання і соціальне або символічне споживання»¹⁹.

Англійський економіст А. Сміт прослідковував спрямованість до перетворення споживання на символічний атрибут, який є свідченням соціальної нерівності, переважання закону моди та наслідування, за умов яких люди прагнули бути схожими, мати ті ж речі, що і заможні. У XVIII ст. на теренах Англії відбувався масштабний вплив на споживацьку поведінку населення, метою якого було проникнення та присвоєння моделей поведінки масового споживання²⁰.

Європейські дослідники висували свої ідеї щодо популяризації того чи іншого продукту, виявлення масових настроїв, росту попиту, бажання громадян до самозбагачення та демонстрації свого статусу зовнішніми атрибутами, пояснюючи їх розвитком та збільшенням виробництва. Втім, важливо розуміти, що ранній етап прояву суспільства споживання, ознаменувався як період виникнення, появи перших його проявів і відбувався цей процес не у всьому суспільстві, а в конкретних суспільних колах, переважно серед буржуазії.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що період XVI–XVIII ст. став початковим етапом зародження суспільства споживання, яке було характерне для нечисленних

¹⁸ McKendrick, N., Brewer, J. & Plumb, J. (1982). Op. cit.

¹⁹ Roche, D. (1994). *The Culture of Clothing*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁰ Сміт, А. (1997). *Теория нравственных чувств или опыт исследования законов управляющих суждениями, естественно оставляемыми нами сначала о поступках прочих людей а затем о своих собственных*. Москва: Республика.

прошарків населення, тому про масовість цього явища на той час говорити було не можна. Проте він означав початок формування суспільства, в якому споживання стало знаряддям диференціації членів суспільства та поступово еволюціонувало до сучасного стану.

Саме тому вихідною точкою встановлення та розвитку суспільства споживання слід вважати утворення у XVIII ст. промислового суспільства. Надалі намітилися етапи його подальшої еволюції згідно стадіям розвитку самого суспільства.

Вчені стверджують, що «остаточно суспільство споживання сформувалося на Заході після Другої світової війни. У 50-х рр. XX ст. майже всі прошарки населення у США та Європі стали активними споживачами предметів, послуг, досвіду, тих чи інших видів відпочинку, розваг тощо. Відтоді, а особливо упродовж 70-80-х роках XX ст. виникають нові групи споживачів, для яких споживання відіграє центральну роль у житті й обумовлює його стиль. Споживання перестає обумовлюватися лише зовнішніми ознаками таких груп, як стать, вік, національність, соціальний статус тощо»²¹.

Поширеною є думка, що «переворот у феномені споживання пов'язаний з «фордизмом», створеним Г. Фордом типом промислового виробництва, заснованого на конвеєрі, високих зарплатах робітників і низьких цінах на продукцію»²². Етап споживання, коли воно набуло масових рис, а споживачами були не лише багаті члени суспільства, а усі його прошарки. Суспільство споживання в своїх розвинених формах остаточно встановлюється відразу після Другої світової війни. Споживання виходить на якісно новий рівень та стає доступнішим.

Певно, що суспільство споживання не могло виникнути саме по собі, для цього необхідним було утворення спеціальних умов, які цьому передували. Серед основних таких передумов можна назвати наступні:

1. Процес появи нових громадських регуляторів сфери споживання: етичність і мораль споживання, споживча культура, за таких умов споживання представляється в якості певної цінності.

2. Активізація кредитно-грошової політики, що і стимулювало зростання економіки в цілому.

3. Переворот у торгівельній сфері, який виражався у підвищенні ступеня різноманітності товарів та послуг.

4. Розвиток і поширювання особистих свобод, приватного підприємництва і вільної конкуренції.

5. Урбанізація як процес, який відтворює фундаментальні переміни в економічній і соціальній сферах життя суспільства, що позначаються ростом міст, зосередження мешканців у них і, відповідно, поширенням способу життя міських жителів.

6. Перебудова структури споживання – відпочинок виступає благом і розкривається як час, який відведений на споживання послуг і товарів.

7. Поява різноманітних способів впливу на свідомість і підсвідомість споживача, виникнення споживчого попиту та керування ходом споживання.

Вище перераховані умови, мають спільні риси та головною їх запорукою є прогрес, який спричинив створення нового простору впливу на особистість та спровокував збільшення потреб споживача, що перетворилися на нестримне споживання благ.

Для того, щоб мати змогу повноцінно розуміти та прогнозувати майбутні наслідки та актуальність концепції суспільства споживання, необхідним є виділення ключових етапів його становлення:

I стадія – кінець XVI ст., ознаменувалася перетвореннями в незначній частині суспільства – знать, правляча еліта; зміна уявлень про такі поняття, як особистість, сім'я, простір; змагання за авторитет шляхом нових засобів державного використання товарів для підняття правомірності влади, сили і величі; за допомогою споживання матеріальних благ демонтувалася перевага одних людей над іншими.

²¹ Зоська, Я. (2011). Вказ. роб., 77.

²² Сердюк, О. (2014). Витоки суспільства споживання: соціально-філософський аналіз. *Грані*, 7, 31.

II стадія – XVII-XVIII ст., визначними особливостями цього етапу є: збільшення вибору продуктів; перевага надається такому явищу, як мода; споживач перетворюється на об'єкт впливу; безпосередньо ця стадія сформувала умови для появи споживчого руху та соціальної нерівності у суспільстві; мода посилила споживчу спроможність покупців; поява перших маркетингових прийомів для розповсюдження своїх товарів; наслідування нижчими класами аристократії, що давало змогу феномену споживання стати характерним для всіх прошарків населення. Тобто визначною ознакою цієї стадії стала змога усіх соціальних верств брати участь у споживанні, що заклало витоки масовості цього явища.

III стадія – середина XIX – поч. XX ст., поява споживчого руху; промисловий та технічний переворот; споживання виходить за рамки задоволення нагальних потреб, натомість стає формою дозвілля та розваг; з'являються дослідження ринку потреб, спеціальні техніки для приваблювання споживача; використання кредитування.

IV стадія – поч. XX ст., виникнення феномену «фордизму» в Сполучених Штатах Америки; порядок організації масового виробництва; прототип сучасного масового споживання вперше з'явився саме в США; перехід ринку від ексклюзивного до масового виробництва та споживання. Це явище спровокувало значні якісні зміни в образі споживача, таким чином дозволяючи вийти йому за межі свого соціального класу.

V стадія – кін. XX – поч. XXI ст., прогрес у сфері інформаційних і комп'ютерних технологій; переміна структури суспільства; індикаторами стають смак та стиль, а не суспільний стан; нового споживача не турбує соціальне походження та матеріальні блага²³. Наразі можна зробити висновок, що еволюція становлення суспільства споживання не завершилася, адже воно змінюється та розвивається в залежності від механізму акумуляції й інтеграції знань, переконань щодо збереження і перетворення свого соціального досвіду наступним поколінням. Кожен етап розвитку суспільства, проявляє свої цінності і правила, пріоритети, які є похідними від змін культурних, історичних і соціально-політичних умов. Пертурбація соціально-економічної моделі відбувається глобально, а тому тягне за собою зміни не лише в окремих суспільствах.

Автори у ході дослідження, здійснили спробу сформулювати та прослідкувати еволюцію позицій зарубіжних та українських вчених на розповсюдження факту споживання, упорядковуючи відмінні ідеї дослідження цього питання починаючи з кінця середньовіччя та завершуючи новітньою добою.

Встановити часові межі та прослідкувати історичний шлях формування даної концепції, досить важко, за рахунок того, що існує велика кількість інформації, даних, тверджень, які складно систематизувати та котрі інколи суперечать одне одному.

У результаті розвитку капіталізму та встановлення й стабілізації масового виробництва товарів широкого вжитку після Другої світової війни, формується суспільства споживання, особливістю якого є індивідуальне споживання за допомогою інституту ринку, що спричиняє ряд змін у всіх сферах життєдіяльності людини. Хоча як свідчить наш аналіз передумови виникнення суспільства споживання виділилися набагато раніше. А при цьому, запорукою існування масового споживання є психологія людини, яка інспірує появу нових потреб.

У різних частинах світу суспільство споживання формувалося та розвивалося в різний час, наприклад, для США – це післявоєнний період, в Європі – це середина 1950-х років, на теренах пострадянського простору – це 80-90-ті роки XX ст.

На основі опрацьованих даних, автори пропонують власну періодизацію зародження та формування концепту суспільства споживання:

1. Період привілейованого споживання – XVI-XVIII ст., характеризується чисельним споживанням аристократією предметів розкоші, для демонстрації власного соціального статусу, авторитету; пануванням природних джерел блага; організація суспільства відбувалася за традиційними формами виробництва, тому характерна була відсутність неприродних джерел енергії, механізації, визначним чинником була родючість землі;

²³ Пшизова, С. (2000). Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе. *Политис*, 2, 36.

2. Період промислового споживання – XVIII-XIX ст., становлення індустріальної економіки; конвеєрне виробництво, масове індустріальне виробництво, експансія розвиненого капіталізму; розвиток інформаційних технологій кінця цього періоду та остаточне становлення суспільства споживання дало поштовх для зародження та розвитку політичного консьюмеризму,

3. Період інформаційно-культурного споживання – XX-XXI ст., комерціалізація усіх сфер життєдіяльності людини; встановлення ринкових норм управління та організації в усі людські відносини; перетворення споживання на визначний атрибут сучасного суспільства та його характерність для різних суспільних сфер, таких як політична та культурна; перевага споживання над виробництвом.

Висновки. Сьогодні поширені наукові погляди, які свідчать про розвиток масового суспільства упродовж XX ст., якому притаманне тотальне споживання, виробництво, комунікація. Перетворення економічної та політичної системи, спровокували трансформації орієнтирів споживача та призначення споживання в житті людей. Панівні стандарти споживання стають одними з найважливіших цілей суспільства, а прагнення до їх отримання – могутньою спрямовуючою силою. У теперішньому світі споживання виступає в якості важливого показника у життєдіяльності суспільства, у генеруванні ціннісних установок суспільства та стає стійкою прикметою сучасного суспільства, по причині чого виступає предметом дискусій в багатьох галузях науки.

У якості висновку можна зауважити, що суспільство споживання це – масштабний комплексний концепт, який включає в себе взаємозв'язані теорії та ідеї, що відображають історію розвитку та формування цього явища. Також, варто відмітити постійно наявні тенденції до трансформації та зміни якості його складових компонентів, що свідчить про динамічний процес розвитку цього явища.

Завершення Другої світової війни ознаменувало остаточне закріплення суспільства споживання, що початково мало на меті соціальний захист людей від бідності і безробіття, проте в подальшому йому не вдалося уникнути економічно-політичних потрясінь та криз пов'язаних з масовим споживанням.

Отже, суспільство споживання утворювалося паралельно до трансформацій самого суспільства, його економічної та політичної системи, зміни соціальних орієнтирів індивідів. Таким чином, суспільство споживання являє собою активну та суперечливу систему. Відкритим залишається питання чи могло суспільство обрати інший вектор розвитку та не орієнтуватися на капіталістичний уклад та тотальне споживання, в чому можуть прослідковуватися перспективи для майбутніх наукових розвідок.

REFERENCES

- Bodriiар, Zh.** (2006). *Obshchestvo potrebleniia. Ego mify i struktury* [Consumer society. Its myths and structures]. Moskva: Respublika; Kulturnaia revoliutsiia. [in Russian]
- Featherstone, M.** (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage. [in English]
- Fromm, E.** (1998). *Psikhoanaliz i religiiia; Iskusstvo liubit; Imet ili byt?* [Psychoanalysis and religion; The art of loving; To have or to be?]. Kiev: Nika-TSentr.
- Furaste, Zh.** (2001). *Velikaia nadezhda XX veka* [The great hope of the XX century]. Moskva: Nauka. [in Russian]
- Gelbreit, Dzh.** (1976). *Ekonomicheskie teorii i tseli obshchestva* [Economic theories and goals of society]. Moskva: Progress. [in Russian]
- Likarchuk, N.** (2010). Politychnyi konsiumeryzm yak forma vyjavu politychnoi aktyvnosti [Political consumerism as a form of political activity]. *Humanitarni studii*, 7, 157-164. [in Ukrainian]
- Markuze, G.** (2002). *Eros i tsivilizatsiia. Odnomernyi chelovek: Issledovanie ideologii razvitogo industrialnogo obshchestva* [Eros and civilization. One-Dimensional Man: A Study of the Ideology of a Developed Industrial Society]. Moskva: OOO «Izdatelstvo AST». [in Russian]
- McKendrick, N., Brewer, J. & Plumb, J.** (1982). *The Birth of Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-century England*. Bloomington: Indiana University Press. [in English]
- Pshizova, S.** (2000). Demokratiia i politicheskii rynok v sravnitelnoi perspektive [Democracy and the political market in a comparative perspective]. *Polis*, 2, 30-43. [in Russian]
- Rittser, Dzh.** (2002). *Sovremennye sotsiologicheskie teorii* [Modern sociological theories]. Sankt-Peterburg: Piter. [in Russian]
- Roche, D.** (1994). *The Culture of Clothing*. Cambridge: Cambridge University Press. [in English]

- Serdiuk, O.** (2014). Vytoky suspilstva spozhyvannia: sotsialno-filosofskiy analiz [The origins of consumer society: a socio-philosophical analysis]. *Hrani*, 7, 26-31. [in Ukrainian]
- Smit, A.** (1997). *Teoriia npravstvennykh chuvstv ili opyt issledovaniia zakonov upravliaiushchikh suzheniiami estestvenno ostavliaemymi nami snachala o postupkakh prochikh liudei a zatem i o svoikh sobstvennykh* [The theory of moral feelings or the experience of studying the laws that govern the judgments that we naturally leave first about the actions of other people, and then about our own]. Moskva: Respublika. [in Russian]
- Torianyk, V.** (2011). Politychnyi konsumerizm yak rezultat marketyzatsii politychnoi borotby v konteksti poslablennia partiinoho aktyvizmu [Political consumerism as a result of marketing the political struggle in the context of weakening party activism]. *Visnyk natsionalnoi yurydychnoi akademii Ukrainy im. Yaroslava Mudroho*, Ser. Filosofiia, filosofiia prava, politologiiia, sotsiologiiia. 9, 247-254. [in Ukrainian]
- Veber, M.** (1990). *Izbrannye proizvedeniia* [Selected works]. Moskva: Progress. [in Russian]
- Veblen, T.** (1984). *Teoriia prazdnogo klassa* [Idle class theory]. Moskva: Progress. [in Russian]
- Zimmel, G.** (1996). Sozertsanie zhizni. [Contemplation of life]. In G. Zimmel *Izbrannoe*. Moskva: Yurist, 2, 266-291. [in Russian]
- Zoska, Ya.** (2011). *Suspilstvo spozhyvannia ta sotsialni praktyky spozhyvachiv v Ukraini* [Consumer Society and Consumer Social Practices in Ukraine]. Zaporizhzhia: KPU. [in Ukrainian]

Anna Soloviova,

Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Alina Syrovatka,

Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Stages of development of the concept of consumption society

The article presents the results of socio-political analysis of consumer society as a way of socialization of individuals in society; prerequisites and stages of its formation are considered; characteristic features are outlined. Consumption is considered as a sustainable social process that serves as a way of constructing consumer identity. It is proved that the phenomenon of consumption is increasingly becoming one of the most important spheres of modern person's life, which leads to large-scale changes in social and political relations, and also to the rethinking of values and ideals, changes in life attitudes. Dialectical, structural-functional and synergetic approaches are theoretical and methodological basis of the research. Scientific novelty is determined by the actual problem, which until now has not received a holistic analysis in Ukrainian political science. Results of the study can be applied in various fields of political science, philosophy, sociology, both academic and practical purposes. The purpose of this article is to determine the main stages of consumer society concepts. The authors in their research prove the complexity and relevance of this phenomenon, due to the presence of a large number of different approaches and theories to the understanding of consumer society. The authors propose their own periodization of the origin and development of the consumer society concepts: period of privileged consumption – 16-18 centuries; the period of industrial consumption – 18-19 centuries; the period of information and cultural consumption – 20-21 centuries. As a result, it is worth noting that the consumer society was formed in parallel to the transformations of the society itself, its economic and political system, changes of social and political orientations of individuals, forming an active and contradictory system. In general, we can assume that consumerism (as a behavioral model) is characteristic for mass society with so-called democratic regimes. Thus it can be considered as a peculiar form of repression and control that replaces physical persecution, coercion and total supervision of totalitarian societies. This tendency undoubtedly points to the prospect of further research on this issue.

Keywords: society, consumer culture, consumerism, consumer revolution, globalization, consumer society, stages of the consumer society