

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ У СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ

Едуард ПЛАЧКОВ, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
1 курсу ОП «Агрономія»

Науковий керівник: **Оксана ЧЕБАН**, канд. філос. наук, завідувач кафедри
суспільно гуманітарних наук chebanoksana72@gmail.com

Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна

Сучасне суспільство стало відомим як «суспільство споживання», в якому матеріальні блага стали визначальним фактором життя. Капіталізм, глобалізація та розвиток масової культури показують, що споживання почало відігравати домінуючу роль у соціальній структурі. Це призводить до глибоких змін у системі цінностей, де моральні, духовні та соціальні норми замінюються комерційними інтересами та споживацькими бажаннями. У цій доповіді проаналізовано основні аспекти цієї трансформації.

Суспільство споживання поступово формувалося з розвитком індустріалізації, технологій та виробництва. Головною особливістю цього процесу стало перетворення споживання на домінуючий вид соціальної діяльності та перетворення людей на «споживачів». Важливою рисою таких суспільств є формування нових, часто штучно створених бажань, причому не лише для задоволення базових потреб, але й через рекламу та засоби масової інформації.

У такому суспільстві дедалі більшого значення набуває символічна цінність товарів. Предмети є не лише об'єктами зручності, але й знаками соціального статусу, стилю життя та особистої ідентичності. Культура споживання формує новий ідеал успіху, заснований на накопиченні матеріальних благ та їх демонстрації іншим.

З розвитком суспільства споживання моральні та духовні цінності часто змінюються або втрачають своє значення. На зміну гуманістичним ідеям, таким як співчуття, солідарність та альтруїзм, приходять індивідуалізм, гонитва за особистим комфортом та самозадоволенням. У таких суспільствах люди зосереджуються насамперед на досягненні матеріального успіху, що впливає на взаємодію між людьми та соціальними інститутами.

У такому середовищі духовні цінності, такі як релігія, мистецтво і філософія, які в минулому були основою моральних орієнтирів, стають менш важливими. Люди стають більш егоцентричними і зосереджуються на своїх особистих інтересах. Зростає відчуття відчуження від інших та навколишнього світу.

Важливою зміною в системі цінностей є те, що в суспільстві споживання ідентичність людини формується через процес споживання. Товари та послуги стають засобом самовираження та способом презентації себе. Від одягу до електроприладів, від автомобілів до їжі - люди починають ідентифікувати себе з тим, що вони споживають. У гонитві за унікальністю люди також стають частиною загального процесу масового споживання, що призводить до втрати індивідуальності та конформізму.

Це також призводить до виникнення феномену «суспільства видовищ», за визначенням Гі Дебора. Суспільство стає простором, де образи замінюють реальність, а споживання перетворюється на спектакль, що розігрується перед іншими.

Зростання споживання має великий вплив на навколишнє середовище. Бажання людей постійно купувати нові товари призводить до виснаження природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища та збільшення кількості відходів. Водночас поглиблюється нерівність між різними соціальними групами. Одні мають доступ до матеріальних благ, а інші - ні.

Суспільство споживання також створює нові форми залежності. Люди починають визначати власну цінність за кількістю та якістю товарів, які вони споживають, що може призвести до емоційної нестабільності, незадоволеності і навіть депресії. Вони потрапляють у пастку постійного пошуку нових товарів, що не приносить справжнього задоволення, але підтримує економічну модель споживання.

Трансформація цінностей у суспільстві споживання є складним і багатограним процесом, що охоплює всі сфери людського життя. Матеріальні блага стають головним критерієм успіху, ідентичності та соціальної значущості. Як наслідок, моральні та духовні цінності відсуваються на другий план. Водночас суспільства споживання створюють нові виклики, в тому числі екологічні та соціальні, і ставлять питання про сталість таких систем.

Дедалі більше людей і суспільств сьогодні переосмислюють своє ставлення до споживання та переорієнтовують свої цінності на більш гармонійне існування з природою та іншими людьми. Тому тема трансформації цінностей залишається важливою для філософської рефлексії та майбутніх соціальних змін.

Список використаних джерел

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхун. Київ : ОСНОВИ, 2004. 230 с.
2. Дебор Г. Суспільство спектаклю / пер. з фр. О. Коваленко. Київ : Ніка-центр, 2013. 192 с.
3. Фромм Е. Мати чи бути? / пер. з англ. О. Михайлова, А. Буряк. Київ : Світло світогляду, 2010. 222 с.
4. Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Polity Press.
5. Google scholar. *Google Scholar*. URL: <https://scholar.google.com/> (дата звернення: 28.09.2024).
6. Jstor. *JSTOR Home*. URL: <https://www.jstor.org/> (дата звернення: 28.09.2024).

УДК 631.8; 631.147

ВПЛИВ РІДКИХ ОРГАНІЧНИХ ДОБРІВ НА ЮВЕНІЛЬНИЙ ПЕРІОД ОНТОГЕНЕЗУ ГОРОХУ

Олександр РУДІК д-р. с.-г. наук, професор, завідувач кафедри польових і
овочевих культур oleksandrudik@gmail.com

Оксана БУГРО завідувачка навчально-наукової лабораторії рослинної
діагностики і насінневої експертизи bugro_ks@ukr.net

Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна.

Сучасне сільськогосподарське підприємництво має чітко виражені риси інтенсивного товарного виробництва. Це насамперед зумовлено потребою виробництва