

9. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество : Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Тапскотт ; [под ред. С. Писарева ; пер. с англ. И. Дубинського]. - К. : INT Пресс; М. : Рефл-бук, 1999. – 403 с.
10. Чернавский Д.С. Синергетика и информация.- Изд-тво “Наука”, 2001.
11. Шрайнер Ю. А. Концепции интеллектуальных систем / Ю. А. Шрайнер // Научно-информационный обзор. – М.: Наука, 1988. – 134 с.
12. Яковенко М. Л. Теорія естетичної інформації Абраама Моля в контексті сучасного прочитання / М.Л. Яковенко / Філософські дослідження: Збірник наукових праць.– 2010.– № 12.– С. 125–135.

## **ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ: РОЛЬ ЕТИКИ У ФОРМУВАННІ СПОЖИВЧИХ РІШЕНЬ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ СИСТЕМУ**

**Євгеній ЗАХАРОВ**

Аспірант

НТУ «Харківський політехнічний інститут»

**Валерія ТКАЧЕНКО**

Аспірант

ХНУ ім. В.Н. Каразіна

У сучасному суспільстві вже певний час спостерігається певна тенденція, в якому економіка стоїть вище філософії. Це можна назвати приземленим прагматизмом сучасних людей. Хоча насправді, відношення філософії та економіки заглиблюються в античні часи і взаємодоповнюють одне одного. Ще Платон та Аристотель наголошували на економічних аспектах будівництва держав та існування людини і цілому. Тим паче, що в будь-якій економічній сфері задіяна людина. І саме вона є об'єктом філософії.

Людина будує економічні зв'язки, керує ринками, розвиває економіку і споживає товар. Але і суспільство, і людина, і економіка змінюються. Змінюється буття їх існування. Наприклад, таке базове економічне поняття як «споживання» змінюється через ірраціональні, етичні питання де залучена філософія. Но і ці поняття тепер існують в новій реальності. Звідси і полягає мета нашої роботи.

**Мета роботи:** проаналізувати та переосмислити тему мотивації сучасного «економічного споживання» крізь призму етики.

Споживча поведінка людини – це невід'ємна складова всієї економічної системи. Вона визначається сукупністю рішень, що приймаються індивідами при придбанні товарів та послуг. Проте, споживча поведінка не обмежується лише раціональними виборами, основаними на економічних факторах. Вона також відображає вплив етичних, моральних та ціннісних переконань споживачів і на їхні рішення щодо покупок. Набувши характер тенденціональності, це призвело до появи терміну, охарактеризувавши ціле суспільство.

«Суспільство споживання» запропонував соціальний філософ Е. Фромм. Подана ним метафора позначає сукупність суспільних відносин, організованих на основі принципу індивідуального споживання. Воно характеризується масовим споживанням матеріальних благ і формуванням відповідної системи цінностей і настанов [2]

З боку філософії, тема споживання ставала інтересом для дослідження французьким філософом Жана Бодріяра, який розглядав феномен «споживання» через поняття «вартість». Згідно досліднику, такі економічні відносини проходять три стадії. «На першій з них панують натуральні відносини та уявлення про вартість виникають на основі природного сприйняття світу. Друга базується на загальному еквіваленті, і вартісні оцінки складаються відповідно до логіки товару. Третя стадія управляється кодом, і вартісні оцінки тут є набором моделей» [5]

Інший філософ, Бауман, розглядає тему споживання крізь етику. «Як вважає З. Бауман, сама мораль не зникає, вона трансформується в етичну систему, що стосується міжособистісної взаємодії. Особливого значення набуває потреба бути для іншого. Люди приречені на життя з нерозв'язними моральними дилемами, з підвищеним рівнем рефлексивності, критичності, перш за все, до самого себе.» саме і цьому, ми бачимо точку зростання для теми споживання.

На думку Бодріяра, яскравим представником «споживання» є Америка. «І це суспільство, яке перетворюється на пустелю, де панує кіч і немає високих естетичних та художніх цінностей, а предмети споживання стають знаками.»

Хоча на нашу думку, це не так. Суспільство, за часи Бодріяра змінилось. Певні ідеї, ідеали, цінності повністю набувають другого життя в медіа, ці ідеї та цінності транслюються з не аби якою силою.

Семко Я. у своїй роботі, яка присвячена філософії споживання, наголошує на тому, що сучасні трансформації в суспільстві, викликані змінами завдяки глобалізації та інформатизації. Вони і мають вагомий вплив на зміст та форми споживання. «Якщо в минулі часи люди споживали послуги та товари в силу життєво важливих потреб і необхідності, то в новому суспільстві споживання стає формою дозвілля («шопінг»), своєрідним стилем життя, приємною розвагою, показником соціального статусу та іміджем особистості.» [5].

Філософські аспекти споживчої поведінки торкаються глибинних питань про природу людини, цінності та мораль. Вони виявляються в розгляді ролі етики в формуванні споживчих рішень та їхнього впливу на економічну систему. Ця тема стає особливо актуальною в наш час, коли зростає усвідомлення соціальних та екологічних проблем, а споживачі все більше ставлять питання про етичність товарів і послуг, які вони придбають.

Наприклад, коли в суспільстві існує думка про рятування природу, то підіймається питання пластику та виробу з екологічних матеріалів.

Наприклад, чистити зуби дерев'яними щітками, або їсти дерев'яними столовими приборами. І тут виходить етика споживчих рішень.

Етика у споживчих рішеннях включає в себе розгляд етичних принципів, які керують споживачами при виборі товарів і послуг. Це може включати екологічні аспекти (наприклад, підтримка сталого розвитку та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище), соціальну відповідальність (наприклад, дотримання прав працівників і боротьба з дискримінацією) та етичне виробництво (наприклад, уникнення використання праці дітей чи експлуатації трудящих).

Таким чином, етика діє у полі маркетингу, етики та споживання. Люди роблять сенси – маркетологи просувають товар – люди його споживають. Але як казав Протагор, «Людина є мірою усіх речей». Люди, які творять сенси, можуть не прийняти просування маркетологів. «Хайп на темі», невдалі образи на рекламі, невдалі заголовки, невдала рекламна компанія у цілому не принесуть прибуток і можуть нашкодити репутації.

Окрім споживання товару крізь етичні принципи, є ще один – бути не гірше інших. Тут ми можемо подякувати соціальним мережам та бажанню самоствердження. «Людина у суспільстві споживання прагне споживати так, аби, з одного боку, бути «не гірше за інших», а з другого – «не зливатися з натовпом». Індивідуальне споживання відображає не тільки соціальні характеристики споживача, а й є демонстрацією його соціального статусу, особливістю індивідуального способу життя» [2].

Ця робота носить теоретичний характер. Наратив до підвищення усвідомлення етичних впливів на споживання товарів. Бо сьогодні, дуже часто, ми споживаємо товар не через те, що він нам потрібен, він дешевший, а через те, «що так треба», «так модно», «я теж так хочу». А маркетинг керується етикою.

### **Література**

1. Бодриар Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодриар. - М.: Республика; Культурная революция, 2006. - 269 с.2.

2. Дорошкевич А. С. Суспільство споживання: морально-соціальні наслідки [Електронний ресурс] / А. С. Дорошкевич. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/suspilstvo-spozhivannya-moralno-sotsialni-naslidki/viewer>.
3. Жан Бодріяр. Симулякри і симуляція. Переклав з французької Володимир Ховхун ., – Київ. Видавництво Соломії Павличко “ОСНОВИ”, 2004.
4. Савонова Г. І. Спокуса злом суспільства споживання у філософії Ж. Бодріяра: етичний рудимент / Г. І. Савонова. // Гілея. – №146. – С. 104–108.
5. Семко Я. С. Філософія споживання як константа життя сучасного суспільства / Яна Сергіївна Семко // Перспективи. Соціально-політичний журнал. – 2022. – № 1. – С. 88–93.

## **ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ УЧНІВУ ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНОЇ (ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ) ОСВІТИ**

**Юлія Котова**

здобувач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

**Ірина Ткаченко**

старший викладач кафедри філософії

та педагогіки професійної підготовки

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сьогодні вже немає необхідності доводити спеціально, що кризові ситуації в різних сферах життя суспільства й у суспільстві в цілому загострюють проблеми соціалізації молоді, оскільки ставлять під загрозу відтворення як існуючих суспільних структур, так і відтворення окремо взятих індивідів і особистостей. У цих умовах підвищується актуальність наукових