

теперішню та майбутню екологічну безпеку громадян. Ноосферно-орієнтоване екологічне мислення має посилювати політичну та культурну стратегію кожної країни у виробленні міжнародних заходів щодо подолання глобальних екологічних загроз. Формування ноосферно-орієнтованого екологічного мислення вимагає здійснення певних кроків зі змістовного наповнення університетських курсів з соціальної філософії проблематику, яка б розкривала український та європейський досвід осмислення екологічних викликів сьогодення з позицій ноосферного підходу.

#### Список використаних джерел

1. Владимиренко В., Турпак Н. Світоглядні засади становлення української ноосферної думки / Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки / Гол. ред. В. С. Пазенок. – К.: КУТЕП, 2015. – Вип.20. – С.9–21.
2. Вернадський В. І. Вибрані праці / Володимир Іванович Вернадський. – К.: Nauk. dumka, 2005. – 300 с.
3. Гарантии, нераспространение и мирное использование ядерной энергии. – Вена: МАГАТЭ, 1999. – 4 с.
4. Гардашук Т. Охорона природи в Україні як складова частина культури / Історія української культури у п'яти томах. Т.5. Українська культура ХХ – початку ХХІ століть. Кн.4. Проблеми функціонування, збереження і розвитку культури в Україні. – К.: «Наукова думка» НАН України, 2013. – С.713–731.
5. Гелд Д., Мак Грю Е., Голдблатт Д., Пerratон Дж. Глобальні трансформації: політика, економіка, культура. Пер. з англ. Передне слово Ю. Павленка. – К., 2003. – 584 с.
6. Голубець М. Від біосфери до ноосфери. – Львів: Полліс, 1997. – 256 с.
7. Ермоленко А. Соціальна етика та екологія. Гідність людини – шанування природи: монографія / Анатолій Ермоленко; НАН України, Інститут філософії ім. Г. Сковороди. – К.: Лібра, 2010. – 408 с.
8. Кисельов М., Гардашук Т., Зарубицький К. Екологічні виміри глобалізації. – К., 2006. – 260 с.
9. Климат и другие глобальные последствия ядерной войны: Резюме исследования ООН. – Нью-Йорк: ООН, 1989. – 16 с.
10. Крисаченко В. Екологічна культура: теорія і практика: Навч. посібник. Видання друге. – К.: «МП Леся», 2009. – 364 с.
11. Лакуша Н. Світ екобезпеки людини: глобалізаційні виклики. Монографія / Н. М. Лакуша. – К.: Логос, 2016. – 264 с.
12. Ласло Э. Век бифуркации: постижение изменяющегося мира // Путь. – 1995. – №1. – С.3–129.
13. Развитие культуры безопасности в ядерной деятельности: Практические предложения по содействию прогрессу. – Вена: МАГАТЭ, 2000. – 81 с.
14. Римский клуб. История создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы / Д. Гвишиани, А. Колчин, Е. Нетесова, А. Сейтов. – М., 1997. – 384 с.
15. Costain W. D., Lester J. P. The Evolution of Environmentalism // Environmental Politics and Policy: Theory and Evidence. – Durham; London, 1995. – P.15–38.
16. Laszlo E. The Age of Bifurcation. Understanding the Changing World. © 1991, OPA (Amsterdam) B.V.
17. Peccei A. The Club of Rome: Agenda for the End of the Century: Club of Rome Bogota Conference, Dec. 1983. – Bogota: Banco Central Hipotecario, 1983. – P.23–33.
18. Діяльність України в Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/uno>

#### References

1. Vladymyrenko V., Turpak N. Svitogljadni zasady stanovlennja ukrai'ns'koi' noosfernoi' dumky / Naukovi zapysky Kyi'vs'kogo universytetu turizmu, ekonomiky i prava. Serija: filosof's'ki nauky / Gol. red. V. S. Pazenok. – K.: KUTEP, 2015. – Vyp.20. – S.9–21.
2. Vernads'kyj V. I. Vybrani praci / Volodymyr Ivanovyh Vernads'kyj. – K.: Nauk. dumka, 2005. – 300 s.
3. Garantii, neraspromstranenie i mirnoe ispol'zovanie jadernoj jenergii. – Vena: MAGATJe, 1999. – 4 s.
4. Gardashuk T. Ohorona pryrody v Ukrai'ni jak skladova chastyna kul'tury / Istorija ukrai'ns'koi' kul'tury u p'jaty tomah. T.5. Ukrai'ns'ka

kul'tura XX – pochatku XXI stolit'. Kн.4. Problemy funkcionuvannja, zberezhennja i rozvytku kul'tury v Ukrai'ni. – K.: «Naukova dumka» NAN Ukrai'ny», 2013. – S.713–731.

5. Geld D., Mak Grju E., Goldblatt D., Perraton Dzh. Global'ni transformacii': polityka, ekonomika, kul'tura. Per. z angl. Perednje slovo Ju. Pavlenka. – K., 2003. – 584 s.
6. Golubec' M. Vid biosfery do noosfery. – L'viv: Pollis, 1997. – 256 s.
7. Jermolenko A. Social'na etyka ta ekologija. Gidnist' ljudyny – shanuvannja pryrody: monografija / Anatolij Jermolenko; NAN Ukrai'ny, Instytut filosofii' im. G. Skovorody. – K.: Libra, 2010. – 408 s.
8. Kysel'ov M., Gardashuk T., Zarubyc'kyj K. Ekologichni vymiry globalizacii'. – K., 2006. – 260 s.
9. Klimat i drugie global'nye posledstvija jadernoj vojny: Rezjume issledovanija OON. – N'ju-Jork: OON, 1989. – 16 s.
10. Kryshachenko V. Ekologichna kul'tura: teorija i praktyka: Navch. posibnyk. Vydannja drugie. – K.: «MP Lesja», 2009. – 364 s.
11. Lakusha N. Svit ekobezpeky ljudyny: globalizacijni vyklyky. Monografija / N. M. Lakusha. – K.: Logos, 2016. – 264 s.
12. Laslo Je. Vek bifurkacii: postizhenie izmenjajushhegosja mira // Put'. – 1995. – №1. – S.3–129.
13. Razvitie kul'tury bezopasnosti v jadernoj dejatel'nosti: Prakticheskie predlozhenija po sodejstviju progressu. – Vena: MAGATJe, 2000. – 81 s.
14. Rimskij klub. Istorija sozdanija, izbrannye doklady i vystuplenija, oficial'nye materialy / D. Gvishiani, A. Kolchin, E. Netesova, A. Sejtov. – M., 1997. – 384 s.
15. Costain W. D., Lester J. P. The Evolution of Environmentalism // Environmental Politics and Policy: Theory and Evidence. – Durham; London, 1995. – P.15–38.
16. Laszlo E. The Age of Bifurcation. Understanding the Changing World. © 1991, OPA (Amsterdam) B.V.
17. Peccei A. The Club of Rome: Agenda for the End of the Century: Club of Rome Bogota Conference, Dec. 1983. – Bogota: Banco Central Hipotecario, 1983. – P.23–33.
18. Djal'nist' Ukrai'ny v Organizacii' Ob'jednanyh Nacij [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/uno>

**Turpak N. V.**, Candidate of Sciences in Philosophy, leading researcher of Philosophy and Geopolitics Department of RIUS (Ukraine, Kyiv), [turpak.nadiya@ukr.net](mailto:turpak.nadiya@ukr.net)

#### Noospherik approach for finishing current ecological challenges

The article analyzes the Ukrainian and European ideological experience in understanding contemporary ecological challenges. It is argued that the concept of the biosphere and noosphere V. Vernadsky determined the features of noospheric-oriented ecological thinking and served as the basis for developing an appropriate approach in understanding the European social and philosophical thought of the ecological challenges of modern post-industrial civilization. The application of the noosphere approach in contemporary global humanitarian society is considered. It is emphasized on the expediency of its application in the formation and implementation of environmental policy in Ukraine.

**Keywords:** anthropocentrism, biosphere, globalization, global ecological threats, ecological culture, ecological thinking, environmental challenges, evolutionism, idea of noosphere, climate change, noosphere, sustainable development.

\* \* \*

УДК 177.7+316.325

**Ходанич Ю. М.**,  
викладач кафедри філософії,  
Ужгородський національний університет  
(Україна, Ужгород), [urahodanych@gmail.com](mailto:urahodanych@gmail.com)

#### ФЕНОМЕН СУСПІЛЬСТВА МАСОВОГО СПОЖИВАННЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЦІННОСТІ МИЛОСЕРДЯ

Аналізується феномен суспільства масового споживання в контексті цінності милосердя з точки зору соціально-філософського аналізу. З'ясовано причини «масовості» суспільства, проведено аналіз поняття «суспільство масового споживання» та виділено його характерні риси. Визначено

особливості *homo consumens* та ціннісно-сміслові орієнтації такої людини (індивідуалізм, егоїзм та інші). Окреслено зміст милосердя як цінності, в тому числі в контексті суспільства масового споживання. Розглянуто деякі альтернативні шляхи розвитку на противагу суспільства масового споживання («етичне споживання», підходи Е. Фромма, А. Ільїна) та роль цінності милосердя в цьому. Висловлено позицію щодо того, що цінність милосердя в суспільстві дозволяє трансформувати мислення людини із замкненого на собі до мислення в контексті людства (його виживання та гармонійного розвитку).

**Ключові слова:** цінність, милосердя, масове суспільство, суспільство споживання, *homo consumens*, індивідуалізм, егоїзм.

Формування практики надмірного споживання товарів і послуг пов'язується соціологами з 50-ми рр. ХХ ст. у США. Так, у 1946 році журнал «Fortune» проголосив початок «епохи достатку» та настання «великого американського буму», смислом якого стало формування споживацтва як способу життя. Окрім цього, суттєвим чином розвиток «споживацтва» пов'язаний із тим, що, починаючи з 50-х рр. ХХ ст., чисельність населення планети виросла в два рази, а світове виробництво товарів і послуг – у сім разів [13, с. 153–154]. Отже, пропозиція товарів і послуг почала в декілька разів перевищувати попит на них.

Згідно зі статистичними даними, понад 1,2 млрд. людей на Заході споживають більше їжі, ніж потребують, в той час як більше 3 млрд. людей на планеті страждають від недоїдання (голодують). Більше того, 5 млн. дітей щороку помирають від недоїдання, ще велика кількість не здатні навчатися та оволодівати професіями через недоїдання. У свою чергу, 8 млн. людей щороку помирають від забрудненості води та атмосфери, більше 1,3 млрд. людей живуть на менш ніж 1 дол./день [17, с. 137–138]. Всі ці цифри показують, наскільки в глобальному масштабі розвивається дисбаланс забезпеченості найбільш необхідними до виживання ресурсами, що тягне за собою низку глобальних проблем: з продовольством, екологічні проблеми тощо.

Така ситуація та зростаюча полярність становища бідних та багатих, переконаний З. Бауман, завжди слугуватиме перешкодою для побудови ефективно функціонуючого суспільства, а також підставою для утвердження «гнучкості» та невизначеності сучасного світу [2, с. 147–148]. Вказаний дисбаланс забезпеченості ресурсами, а також попиту–пропозиції товарів і послуг, на наше переконання, повинен стимулювати уряди всіх держав та кожного індивіда задуматися про причини та можливі наслідки такого стану речей. Дуже важливим фактором впливу та подальшої зміни визначеної реальності, ми переконані, може бути цінність милосердя, який, зокрема, передбачає, по-перше, визнання цінності людини, а, по-друге, необхідність виходу за межі власного егоїзму в напрямку потреб та інтересів іншого.

Філософське осмислення феномену «масового суспільства» можливо віднаходити вже в М. Бердяєва, Ж. Бодрійяра, Г. Дебора, Х. Ортеги-і-Гассета, Е. Фромма, Й. Хьоффнера, О. Шпенглера. В свою чергу, З. Баумана, У. Бека, Е. Гідденса, Г. Йонаса, Ж. Ліповецькі, К. Мангейма, А. Печчеї, Й. Ратцингера та інших можливо вважати дослідниками суспільства масового споживання крізь призму сучасних глобалізаційних процесів. Сучасні ж дослідження, присвячені феномену суспільства масового споживання, пов'язані з такими філософами

як Д. Ванн, А. Ільїн, В. Козловський, В. Лук'яненко, Т. Нейлор, А. Уткін, І. Фролова, М. Хабаров та іншими. Новизною нашого дослідження постає розгляд феномену суспільства масового споживання крізь призму цінності милосердя, що раніше не аналізувалось в літературі.

*Метою дослідження* є провести соціально-філософський аналіз феномену суспільства масового споживання крізь призму цінності милосердя, запропонувати можливі шляхи виходу з сучасної ситуації «споживацтва» з урахуванням важливості утвердження цінності милосердя в суспільстві.

Термін «суспільство споживання» почав застосовуватися в науковому обігу після виходу у 1970 році однойменної праці Ж. Бодрійяра. Сучасний стан суспільства як суспільства масового споживання пов'язується з активним розвитком капіталістичного виробництва, технологізацією цивілізаційного розвитку. Важливим фактором формування суспільства масового споживання є також нагромадження та надлишок предметів. Феномен споживання Ж. Бодрійяр визначає як «систему, яка забезпечує порядок знаків та інтеграцію групи», це «водночас мораль (система ідеологічних цінностей) та система комунікації, структура відносин». Споживання філософ називає не «функцією насолоди», а «функцією виробництва», а тому повністю колективною за своєю природою [4]. Все це формує новий «тип» людини – *homo consumens* – людину споживачу. При цьому варто додати, що *homo consumens* суттєво відрізняється від *homo sapiens*, адже споживання далеко виходить за межі «розумного». Натомість, переважаючим стає необдумане, нецілеспрямоване та цілком надмірне споживання. «Споживацтво» стає способом мислення сучасної людини.

А. М. Ільїн визначає «суспільство споживання» як «сукупність відношень, в яких панує такий, що виступає смислом життя, символізм матеріальних об'єктів, який тягне споживачів набувати речі та тим самим наділяти себе певним статусом». Суспільство, наголошує дослідник, називається «споживацьким» не через високий рівень життя людей, тобто їх здатність реалізувати «споживацькі практики», але завдяки тому, що в такому суспільстві панує певна система цінностей, норм та психологічних установок [10, с. 24–25]. Тут слід додати, що такою цінністю суспільства масового споживання постає постійне прагнення до задоволення потреб у товарах і послугах. Людина стає «споживачем» в егоїстичному розумінні цього поняття, адже всю увагу спрямовує на задоволення власних потреб.

Слушними видаються висновки Н. М. Зленко в контексті визначення ключових характеристик суспільства споживання: 1) споживач водночас постає як раціоналістичний суб'єкт та маніпулятивний об'єкт соціальної взаємодії; 2) споживання стає способом конструювання простору буття людини, внаслідок чого людина втрачає самостійність та здатність панувати над собою; 3) споживання є особлива віртуальна сфера життєдіяльності людини та зміст, що дозволяє людині створювати відносини з іншими людьми на основі імітації природних та соціальних явищ, проектувати та конструювати у такий спосіб своє життя [7, с. 81].

Розуміння такого сучасного стану суспільства бере свої початки із філософського осмислення «масовості» культури та «масовості» людини, розроблених ще

мислителями ХХ ст. (Е. Фромм, Х. Ортега-і-Гассет). Основною функцією масової культури є «регулювати поведінку людей, уніфікувати їх духовне життя, інтелектуальний та емоційний світ» [16, с. 61–62]. Суттєвим чином орієнтація сучасного суспільства на масовість сприяє та розвиває «розмивання» ціннісно-сміслових установок особистості, робить людину нездатною самостійно віднаходити життєві орієнтири розвитку, утворює конформізм у суспільстві. Більше того, феномен масовості культури, спрямований на пріоритетний розвиток матеріальних цінностей, сприяє девальвації духовних та моральних цінностей. Таким чином, людина перетворюється в споживача матеріальних цінностей: прагнення до задоволення, комфорту, матеріального добробуту, розваг тощо. Людина стає нездатною самостійно визначати свої ціннісні пріоритети, які випливають з її природи (індивідуальної та суспільної), натомість стає споживачем готових пропонуєваних їй зразків поведінки та цінностей.

Й. Хьоффнер виділяє три основні ознаки «омасовлення» сучасної людини: 1) втеча в безособистісне: так «думають», «вважають», «вчиняють»; 2) абсолютизація матеріального життєвого рівня, яка відтісняє на задній план духовне та тим самим загрожує особистісності людини; 3) відрив від релігійних коренів на основі панування раціоналістичного та натуралістичного мислення (релігійна байдужість) [19]. Індивід «суспільства масового споживання» стає нездатним самостійно визначати свої життєві потреби та інтереси, формувати та утворювати ціннісно-сміслові орієнтації, натомість все більше орієнтується на «масові» суспільні практики споживання, сприймає та утворює цінності, що формуються політиками, товаровиробниками, мас-медіа та іншими інституціями, зорієнтованими на масовість.

У праці «Повстання мас» Х. Ортега-і-Гассет визначає «масу» як «всього і кожного, хто ні в добрі ані в злі не міряє себе особливою міркою, а відчуває таким, як і всі, і не лише не турбується, але й задоволений власною невідрізнюваністю» [15, с. 45]. Звідси ми розуміємо, що маса не щось численне, але певне «становище» людини, якою вона себе уявляє та мислить. Філософ відзначає дві ключові психологічні характеристики «масової» людини: 1) безперешкодний ріст життєвих запитів та, відповідно, нестримна експансія власної природи; 2) вроджена невдячність до всього, що полегшило їй життя [15, с. 73]. Це душевний склад «розпещеної дитини», яка не усвідомлює меж, завжди прагне чогось нового, до кінця не розуміючи цілі такого прагнення. Це, свого роду, концентрація на самому собі та нездатність подивитися на потреби інших, нездатність належним чином взаємодіяти з іншими. «Масова» людина це та, яка володіє «повною свободою дій, узаконеною та безпричинною», де немає самообмежень і де все «практично дозволено» [15, с. 75].

3. Бауман пов'язує «суспільство споживачів» з попередньо функціонуючим «суспільством виробництва», коли члени суспільства масово залучались в якості виробників та солдат. Натомість, за сучасних умов таке масове залучення виражене в масовості споживання та, відповідно, формуванні суспільства споживачів [1, с. 116]. При цьому споживачі «суспільства споживання» це «колекціонери відчуттів», нових вражень, як відзначає дослідник, вони живуть «від приманки до приманки,

від спокуси до спокуси, від оволодіння одним смачним шматочком до пошуків іншого; проковтнувши одну наживку, вони прагнуть до іншої, – причому кожен раз це нова, відмінна від попередньої і більш приваблива приманка, спокуса, шматочок і наживка» [1, с. 121–122].

Активним чином під впливом тенденцій суспільства масового споживання відбувається трансформація ціннісних орієнтацій. Основними з ним стають індивідуалізм, свобода, кайнерастія (прагнення до нового), задоволення. Зокрема, в контексті цінності свободи для людини, яка стала «комплексом бажань», «свобода зводиться до задоволення цих бажань». Відповідно, свобода споживається як будь-який інший продукт [6, с. 69]. Людина, замкнута на своїх бажаннях та прагненні їх задовольнити, стає нездатною до самопожертви, обмеження себе заради інших, почуття милосердя та співстраждання. Людина починає ставитися до інших як до «речей», що можуть задовольнити її окремі потреби. Звідси, як відзначає А. М. Ільїн, метапроблемою та соціальною метазагрозою суспільства споживання стає «нечуттєвість до проблем суспільства, країни і світу» [8, с. 108].

Базовою цінністю суспільства споживання стає індивідуалізм, який «руйнує нормальні людські зв'язки, солідарні прояви громадянськості та розділяє людей на «невидимі атоми», що відчувають один до одного переважно економічний інтерес» [8, с. 110]. Людина дбає лише про «задоволення для задоволення». Як відзначає Ж. Ліповецькі, епоха споживачтва «десоціалізує індивідів і, відповідно, соціалізує, в силу логіки задоволення потреб та необхідності в інформації». Філософ називає індивіда епохи споживачтва «людиною-нарцисом», що «байдужа в учинках та справах, звільнена від моральних зобов'язань» [12, с. 165–166].

Певною мірою «рятівною» у контексті все більшого нагромадження практик суспільства масового споживання постає цінність милосердя, адже спрямовує людину виходити за межі утвердження власного егоїзму в напрямку до сфери «іншого» з необхідністю участі в його потребах та інтересах.

У літературі мають місце позиції дослідників щодо обґрунтування милосердя як цінності. Зокрема, Р. В. Бігун розглядає милосердя як «моральну норму і цінність, яка втілюється в діяльності, будується на співчутті, а також як готовність допомагати будь-якій потребуючій людині» [3, с. 199].

У свою чергу, І. Н. Гоян та М. В. Дойчик визначають милосердя як «діяльне добро, тобто таке ставлення, яке виражається у вчинках людини, зміст яких обумовлює цінність її існування в світі. Милосердя є втілення високої любові до ближнього, любові до життя». На думку дослідників, вести себе милосердно – означає вести себе гідно. Милосердя має своєю основою такі важливі якості як співчуття, уважність, доброзичливість; воно несумісне з гординою, байдужістю, жорстокістю. Лише той вчинок милосердний, який свідчить про повагу до іншої людини, підкреслює гідність іншої людини [5, с. 38].

На думку В. А. Малахова, милосердя є «діяльне прагнення допомогти кожному, хто має в тому потребу». Поняття милосердя автор співвідносить зі співчуттям, співстражданням. Якщо останні пов'язані з тим, що «особа переймається турботами й стражданнями інших,

до певної міри розчиняючи в них власне Я, то милосердя передбачає чітко окресленого суб'єкта, який, керуючись моральними прагненнями, від надміру власного буття чинить добро тим, кого усвідомлює саме як Інших, відмінних від себе – хоча здебільшого й не без сердечної схильності до них» [14, с. 283]. Український філософ називає милосердя «високою етичною цінністю».

Отже, обґрунтування милосердя як цінності зосереджено як на індивідуальному (на рівні індивідуального суб'єкта), так і на суспільному рівнях. Цінність милосердя як феномену полягає в ствердженні відносин між людьми, розгляду людини як цінності самої по собі та як члена суспільства, орієнтації на іншому, його потребах та інтересах. Милосердя, будучи проявом відношення між «я» та «інший», передбачає діяльнісну поведінку на користь (благо) іншого, що базується на співчутті, співстражданні, жертвовності, бажанні допомоги тощо. Цінність милосердя в контексті суспільства масового споживання дозволяє скерувати сучасну людину до усвідомлення необхідності думати та проявляти турботу до інших людей, брати участь в забезпеченні їх потреб. Першим кроком на шляху до цього постає певна трансформація мислення з того, що сконцентровано на собі, до мислення в контексті людства. Сучасна людина повинна розуміти, що її «споживацьке» мислення не має майбутнього в контексті людства, адже ресурси планети обмежені. Більше того, суттєвим чином феномен суспільства масового споживання негативно позначається на сучасній екологічній ситуації, що пов'язано з нещадною експлуатацією природи для потреб людини.

Варто вказати, що переважна більшість досліджень, присвячених аналізу суспільства масового споживання, лише описують сучасний стан речей в його різноманітних аспектах, натомість не визначають можливих шляхів виходу із ситуації, що склалась. Тим не менше, дослідники наголошують на тому, що споживацтво є «шляхом в нікуди», містить суттєвий регресивний потенціал з точки зору подальшого розвитку суспільства. Однак, слід відзначити, що наше дослідження, присвячене розгляду феномену милосердя на тлі викликів суспільства масового споживання, орієнтоване саме на пошук шляхів, які б дозволили змінити ціннісні орієнтації сучасної людини в бік милосердя, самопожертви, співстраждання тощо. Іншими словами, ми повинні вести мову не стільки про сучасний стан суспільства масового споживання, але про можливість зміни ціннісно-сміслових орієнтацій людини та суспільства в цілому.

Однією з альтернатив «споживацтва» на сьогодні є теорія «етичного споживання», що починає активно розроблятися науковцями. Етичне споживання розуміється як «купівля чи відмова від купівлі товарів з етичних, політичних чи екологічних уявлень». В основі етичного споживання лежать моральні цінності та пріоритети, що відіграють значну роль на споживчому ринку. На основі аналізу даних, отриманих в рамках проекту Європейського соціального дослідження (European Social Survey) за 2002–2003 рр., С. Коос робить висновки про те, що вирішальними детермінантами етичного споживання в країнах Європи виявились рівень освіти та поінформованості споживачів. Окрім цього, важливими факторами, які впливають на посилення тенденцій етичного споживання, є рівень добробуту

держави, а також цінності солідаризму та турботи про навколишнє середовище [11, с. 77].

Е. Фромм у праці «Мати чи бути?» говорить про необхідність формувати «нове суспільство» для виходу зі сфери «володіння», якою захоплене сучасне суспільство, до сфери «буття». Перший крок тут пов'язується з переорієнтацією виробництва на «здорове споживання» на основі наукових досліджень людських потреб. На підставі цього уряд повинен пропагувати саме такий тип споживання. Орієнтація на прибуток виробників товарів та послуг повинна бути замінена орієнтацією на реальне задоволення потреб людини. Одним із ефективних способів впливу на виробників товарів та послуг Е. Фромм називає проведення «страйків споживачів», які не потребують сприяння з боку уряду та з якими складно боротися. Філософ, таким чином, закликає громадян бути активними учасниками економічної діяльності суспільства, впливати та змінювати існуючий лад («індустріальна та політична демократія участі»). При цьому «активна та відповідальна участь в справах суспільства вимагає заміни бюрократичного способу управління гуманістичним». Е. Фромм також закликає заборонити всі форми гіпнотичного впливу на споживача, зокрема, засобами реклами та політичної пропаганди, а також створити ефективну систему поширення необхідної інформації. Як підсумок, філософ визначає, що «нове суспільство» може бути створено лише тоді, коли «старі мотивації отримання прибутку та завоювання влади замінить нова мета – бути, віддавати, розуміти; якщо на зміну ринковому характеру прийде характер продуктивний, люблячий, а на зміну кібернетичній релігії – новий, радикально-гуманістичний дух» [18].

Вихід із сучасної ситуації споживацтва А. М. Льїн убачає в «кардинальному перегляді дискурсів, що виходять від офіційних ЗМІ, та створенні культурно-виховного медійного тренду, що виховує гуманізм, моральність, почуття солідарності та інші соціально корисні цінності, що несумісні з культами споживацтва, насильства та індивідуалізму» [9, с. 83].

*Висновки та перспективи подальших розвідок.* Таким чином, сучасний стан суспільства масового споживання потребує пошуку альтернативних шляхів розвитку на основі трансформації ціннісно-сміслових орієнтацій. Однією з них є милосердя, завдяки якій можливим є вихід людини за межі власного егоїзму та задоволення своїх потреб в напрямку звернення уваги до потреб та інтересів іншого. Милосердя дозволяє трансформувати мислення людини із замкненого на собі до мислення в контексті людства (його виживання та гармонійного розвитку). Необхідним є утвердження світогляду «етичного» споживання, активна участь суспільства в протидії його «омасовленню» та боротьбі з пропагандою масових цінностей та пріоритетів. Окрім цього, важливо активно залучати інститути громадянського суспільства в напрямку аналізу сучасної «культури» споживання, інформування суспільства про ризики та загрози «споживацтва», пропагування активної та свідомої позиції індивідів на ринку товарів і послуг. Необхідно також усвідомлення важливості самообмежень, турботи про інших та участі в задоволенні їх потреб, утвердження солідарності та співпраці в суспільстві. В подальшому наші розвідки стосуватимуться пошуку шляхів виходу з ситуації «споживацтва» на основі зміни ціннісних орієнтацій людини та суспільства в цілому.

## Список використаних джерел

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман / Пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2004. – 188 с.
2. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
3. Бігун Р. В. Альтруїзм та милосердя як цінності та чинники людинолюбства / Р. В. Бігун // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип.102. – С.197–201.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Республика, 2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://royallib.com/book/bodriyyar\\_gan/obshchestvo\\_potrebleniya.html](https://royallib.com/book/bodriyyar_gan/obshchestvo_potrebleniya.html)
5. Гоян И. Н. Милосердие как проявление достоинства личности / И. Н. Гоян, М. В. Дойчик // Социальное воспитание. – 2014. – №2. – С.37–45.
6. Жадан В. Б. К проблеме ценностей общества потребления / В. Б. Жадан // Гуманитарный часопис. – 2016. – №1. – С.66–72.
7. Зленко Н. М. Соціально-філософський аналіз теорії суспільства споживання / Н. М. Зленко // Філософія науки: традиції та інновації. – 2014. – №1. – С.76–83.
8. Ильин А. Н. Деконсолидация и деполитизация, характерные для общества потребления / А. Н. Ильин // Социологический журнал. – 2014. – №3. – С.101–115.
9. Ильин А. Н. Культура общества массового потребления: критическое осмысление: монография / А. Н. Ильин. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. – 208 с.
10. Ильин А. Н. Парадоксы общества потребления / А. Н. Ильин // Вестник Московского ун-та. Серия: Социология и политология. – 2016. – №1. – С.23–43.
11. Коос С. Объясняя этическое потребительское поведение в Европе (эмпирические данные по 19 странам) / С. Коос // Экономическая социология. – 2009. – Т.10. – №2. – С.76–97.
12. Липовецкий Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / Ж. Липовецкий. – М.: Владимир Даль, 2001. – 336 с.
13. Лукьяненко В. И. Homo consumens – человек потребляющий / В. И. Лукьяненко, М. В. Хабаров, А. В. Лукьяненко // Век глобализации. – 2009. – №2. – С.149–159.
14. Малахов В. А. Этика: Курс лекций: Навч. посібник / В. А. Малахов. – К.: Либідь, 1996. – 304 с.
15. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Избранные труды: Пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. ред. А. М. Руткевича / Х. Ортега-и-Гассет. – М.: Издательство «Весь Мир» 1997. – С.43–163.
16. Стасевська О. А. Людина в пошуках ціннісних смислів у контексті культури постсучасності / О. А. Стасевська // Вісник НУ «Юридична академія України ім. Я. Мудрого». Філософія. – 2016. – №1. – С.58–68.
17. Уткин А. И. Глобализация: процесс и осмысление / А. И. Уткин. – М.: Логос, 2001. – 271 с.
18. Фромм Э. Иметь или быть? / Психиоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть? Пер. с англ. / Э. Фромм. – К.: Ника-Центр, 1998. – С.189–389. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://lib.ru/PSIHO/FROMM/haveorbe2.txt\\_with-big-pictures.html](http://lib.ru/PSIHO/FROMM/haveorbe2.txt_with-big-pictures.html)
19. Хейфнер Й. Христианское социальное учение / Й. Хейфнер. – М.: Духовная библиотека, 2001. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/bogoslov/Hoff\\_HrSoc/Index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/bogoslov/Hoff_HrSoc/Index.php)
8. Il'in A. N. Dekonsolidacija i depolitizacija, harakternye dlja obshhestva potrebleniya / A. N. Il'in // Sociologicheskij zhurnal. – 2014. – №3. – S.101–115.
9. Il'in A. N. Kul'tura obshhestva massovogo potrebleniya: kriticheskoe osmyslenie: monografiya / A. N. Il'in. – Omsk: Izd-vo OmGPU, 2014. – 208 s.
10. Il'in A. N. Paradoksy obshhestva potrebleniya / A. N. Il'in // Vestnik Moskovskogo un-ta. Seriya: Sociologija i politologija. – 2016. – №1. – S.23–43.
11. Koos S. Objasnjaja eticheskoe potrebitel'skoe povedenie v Evrope (jempiricheskie dannye po 19 stranam) / S. Koos // Ekonomicheskaja sociologija. – 2009. – T.10. – №2. – S.76–97.
12. Lipovecki Zh. Era pustoty. Esse o sovremennom individualizme / Zh. Lipovecki. – M.: Vladimir Dal', 2001. – 336 s.
13. Luk'janenko V. I. Homo consumens – chelovek potrebljajushhij / V. I. Luk'janenko, M. V. Habarov, A. V. Luk'janenko // Vek globalizacii. – 2009. – №2. – S.149–159.
14. Malakhov V. A. Etyka: Kurs lektsiy: Navch. posibnyk / V. A. Malakhov. – K.: Lybid', 1996. – 304 s.
15. Ortega-i-Gasset H. Vosstanie mass / Izbrannye trudy: Per. s isp. / Sost., predisl. i obshh. red. A. M. Rutkevicha / H. Ortega-i-Gasset. – M.: Izdatel'stvo «Ves' Mir» 1997. – S.43–163.
16. Stasevs'ka O. A. Lyudyna v poshukakh tsinnisnykh smysliv u konteksti kul'tury post-suchasnosti / O. A. Stasevs'ka // Visnyk NU «Yurydychna akademiya Ukrainy im. Ya. Mudroho». Filosofiya. – 2016. – №1. – S.58–68.
17. Utkin A. I. Globalizacija: process i osmyslenie / A. I. Utkin. – M.: Logos, 2001. – 271 s.
18. Fromm E. Imet' ili byt'? / Psihoanaliz i religija; Iskusstvo ljubit'; Imet' ili byt'? Per. s angl. / E. Fromm. – K.: Nika-Centr, 1998. – S.189–389. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://lib.ru/PSIHO/FROMM/haveorbe2.txt\\_with-big-pictures.html](http://lib.ru/PSIHO/FROMM/haveorbe2.txt_with-big-pictures.html)
19. Heffner J. Hristianskoe social'noe uchenie / J. Heffner. – M.: Duhovnaja biblioteka, 2001. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/bogoslov/Hoff\\_HrSoc/Index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/bogoslov/Hoff_HrSoc/Index.php)

*Khodanych Yu. M., lecturer in philosophy, Uzhgorod National University (Ukraine, Uzhgorod), yurahodanych@gmail.com*

#### The phenomenon of mass consumption society through the prism of the value of mercy

*The article is devoted to the analysis of the phenomenon of mass consumption society in the context of the value of mercy from the point of view of socio-philosophical analysis. The reasons for the «mass» character of society have been found out, the analysis of the concept «mass consumption society» has been carried out and its characteristic features have been highlighted. The features of homo consumens and the evaluative-conceptual orientation of such kind of a person (individualism, selfishness, etc.) have been determined. The content of mercy as value taken in the context of the society of mass consumption has been outlined. Certain alternative ways of development have been considered in contrast to the mass consumption society («ethical consumption», approaches by E. Fromm, A. Ilyin) and the role of the value of mercy in it. The author voices the opinion that the value of mercy in society allows transforming a person's thinking from a self-absorbed thinking to thinking in the context of mankind (its survival and harmonious development).*

**Keywords:** value, mercy, цінність, mass society, consumption society, homo consumens, individualism, egoism.

\* \* \*

УДК 141.7:316.48:355

**Шевченко М. М.,**

кандидат філософських наук, доцент, докторант кафедри соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), [smm1970@ukr.net](mailto:smm1970@ukr.net)

#### ПЕРЕМОГА У ВІЙНАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕПОХИ: НОВІ КОНТЕКСТИ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

*Здійснено соціально-філософський аналіз феномену перемоги, що дозволило виокремити нові контексти та інтерпретації перемоги у війнах постіндустріальної епохи. В рамках системного підходу здійснено аналіз змістовних вимірів перемоги у війнах індустріальної та постіндустріальної*