

Зоська Яна Володимирівна (Запоріжжя) – доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології та соціальної роботи Класичного приватного університету.

СПОЖИВЧА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ВІДПОВІДЬ ПОШИРЕННЮ КОНСЬЮМЕРИЗМУ В УКРАЇНІ

На початку ХХ ст. відбулись кардинальні зміни: споживач став ключовою фігурою для зростання економіки; споживання стало визначати пріоритети виробництва; заплановане застарівання стало таємним механізмом масового споживання, яке виходить далеко за межі потреб для існування; свобода та щастя від нестримного споживання стали основоположними стовпами формування суспільства споживання. Споживання стало культом доби, а консьюмеризм став загальносвітовим трендом споживчого гедонізму.

Консьюмеризм як вірус став заражати людей і вже вкорінений у внутрішню структуру сучасного українського суспільства. Відбувається зростання настроїв гедонізму. Високе значення в ціннісних диспозиціях населення надається речовій оснащеності. Статистичні дані і результати соціологічних досліджень переконливо показують високий рівень речової насиченості повсякденного життя людей речами [5, 6]. Доволі значна кількість населення нашої країни потрапила під вплив споживацтва (30% населення з активним типом практик споживання) [4]. На щастя, в Україні, більшості населення притаманний уявний характер практик споживання (до 75% населення країни), а ступінь проникнення споживацтва в духовний світ особистості не є занадто високим. Емпірично підтверджено, що п'ята частина молоді (22%) м. Запоріжжя має високий рівень споживацтва (2014 р., n=610, використано шкалу О. Джеймса). Символізація споживання стала масовою властивістю (64% опитаних вдаються до демонстративного споживання).

Сучасні рівень та якість споживання українців підкреслюють, що цінності консьюмеризму притаманні значній частині населення. Втім, не можливо припустити того, щоб споживацтво домінувало в суспільстві, здійснюючи значний вплив на повсякденне життя, цінності і мотиви соціальної дії, оскільки це може перетворити сучасний світ на зовсім іншу цивілізацію. Тому, просто відкинути його було не можливо, а от додати споживанню правильних пропорцій та перспектив розвитку розумного споживання є цілком можливим. Критерій розумного споживання полягає в тому, щоб предмет споживання залишався саме “слугою потреби, а не виступав її паном”.

Для формування стратегії стриманого споживання має розгортатися система заходів нівелювання та протидії, конкретні дії, що обмежували б поширення споживацтва. В світі вже сформовано рух, що протистоїть споживацтву, який має декілька напрямів, використовує різні аргументи та технології стримування надмірного споживання і на рівні повсякденності пропонуються конкретні технології опору споживацтву: проект суспільства “розумного споживання”; проект “коригування цінностей”; проект “спрощення”; проект становлення нової еліти нетократії; проект антиглобалізму та екологічного алармізму. Самі ці проекти бунту проти споживацтва використовуються у світі для відчайдушного супротиву споживацькій ідеології. До першочергових завдань цих проектів відноситься завдання становлення цивілізованого споживача та його споживча соціалізація засобами освіти.

Споживча соціалізація має розглядатися як соціалізація (для дітей, підлітків) або ресоціалізація (вторинна соціалізація дорослого населення) моделей споживання. Мета сучасної споживчої соціалізації має полягати у формуванні системи цінностей розумного споживання на протигагу гедоністичним цінностям,

покладеним в основу консьюмеризму. Тому, актуальним завданням сучасного українського суспільства у протистоянні поширенню ідеології споживацтва є упровадження в навчальні заклади систематичної і комплексної споживчої освіти. Споживча освіта стає важливим компонентом державної політики, оскільки спрямована на формування раціональної економічної поведінки людини та розвитку раціонального економічного мислення. Споживча освіта є ефективним способом боротьби зі споживацтвом, а також дає у розпорядження знання щодо споживчих прав, раціонального планування витрат та заощаджень.

Так, за пропозицією Інституту захисту споживача, починаючи з 1999 р., Міністерством освіти України було рекомендовано введення в навчальні програми загальноосвітніх і професійно-технічних навчальних закладів курсу “Основи споживчих знань” [8]. Така ситуація викликала необхідність створення Концепції споживчої освіти для загальноосвітніх навчальних закладів, ґрунтовної цілісної наскрізної програми курсу

«Основи споживчих знань», посібника для вчителів, який був запроваджений у 2008/2009 н.р. у загальноосвітніх навчальних закладах та згодом посібника для ВНЗ I-IV ступенів акредитації та програми курсу в системі післядипломної освіти вчителів, а також навчально-методичного посібника для державних службовців.

Вагомі кроки для споживчої соціалізації вже зроблено, втім запобігти соціальній вразливості споживачів та соціуму, що існує на сьогодні, можна тільки за умови консолідації всіх зацікавлених сторін – споживачів, освітніх закладів, ЗМІ, виробників і держави на основі балансу інтересів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зоська Я.В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні : монографія / Я.В. Зоська. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 352 с.
2. Матеріальний статус сім'ї // Українське суспільство 1992-2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг. – К. : Інститут соціології НАН України, 2012. – С. 621.
3. Наявність у домогосподарствах окремих товарів тривалого користування // Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Основи споживчих знань // Портал споживача [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/education/7442/