

опосередковується особливостями ринку. Суспільство споживання стало наслідком розвитку масового виробництва. Так, свого часу, розвиток науки і техніки сприяв зростанню обсягів виробництва товарів і послуг. Виробництво стало орієнтуватися на зменшення життєвого циклу товарів, що сприяло розвитку економіки пропозиції, а також суспільству споживання. На сучасному етапі розвитку суспільства в масовій свідомості панує культ тотального споживача, що формує потреби, цінності і відповідні моделі поведінки особистості.

У сучасній Україні методи та механізми ринкової саморегуляції ще не функціонують належним чином, але спосіб споживання вже відповідає ринковому типу. Вступає в дію фундаментальний для формування нової культури споживання принцип можливості вільного споживчого вибору серед наявних ресурсів. Але реалії є такими, що в процесі соціально-економічної кризи, умови життя значної частини населення суттєво погіршилися. З іншого боку, з'явився прошарок заможних людей, стандарти життя яких, можна порівняти зі стандартами життя західних країн.

Також в українському суспільстві відбувається інституціалізація індивідуального споживання, що являє собою процес формування системи норм, цінностей, стандартів та правил поведінки щодо особистого споживання. Характерною ознакою індивідуального споживання в перехідній економіці України є ніщо інше як «розподіл» споживачів за соціальними ознаками, у результаті чого формуються нові моделі споживання.

Сучасна українська дійсність демонструє індивідуалізацію життєвих стратегій у сфері споживання. Серед основних чинників цього процесу можна виокремити наступні: виникнення різноманітних форм і стилів життя, що мають культурне походження і не зводяться до класових параметрів; рухливість і умовність професійної структури. Як не парадоксально, необхідність щоденної боротьби за існування збагачує репертуар життєвих стилів особистості.

Отже, ці чинники, що обумовлюють спосіб споживання, формують у суспільній свідомості українського соціуму певні особливості: кожен індивід створює для себе певне ранжування товарів на базі особистих потреб і цінностей, а сам процес споживання має переважно спонтанний характер; відбувається певна демократизація процесу споживання, все більше спостерігається тенденція стирання меж між елітним і масовим споживанням, оскільки нові продукти і послуги створюються в суспільстві як масовий предмет попиту; індивідуальне споживання стає об'єктом соціального контролю і це суттєво позначається на його характері; реклама, як потенційно необмежене джерело соціального досвіду, і як важливий агент соціалізації, спрямовує поведінку людей, при цьому штучно стимулює або абсолютно обмежує їхні потреби.