

МІЖНАРОДНІ МУЛЬТИДИСЦИПЛІНАРНІ
НАУКОВІ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

www.economy-confer.com.ua

Світ наукових досліджень

Збірник наукових
публікацій міжнародної
мультидисциплінарної наукової
інтернет-конференції

Випуск 33

19-20 вересня 2024 р.

ISSN 2786-6823 (print)



AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH

WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA I ADMINISTRACJI
W OPOLU

Тернопіль, Україна – Ополе, Польща
2024

УДК 001 (063)

Світ наукових досліджень. Випуск 33: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 19-20 вересня 2024 р.) / за ред. : О. Патряк та ін. ГО “Наукова спільнота”, WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФО- П Шпак В.Б. 2024. 191 с.

Збірник наукових публікацій укладено за матеріалами доповідей наукової мультидисциплінарної інтернет-конференції «Світ наукових досліджень. Випуск 33», які оприлюднені на інтернет-сторінці www.economy-confer.com.ua

Оргкомітет

ГО Наукова спільнота

Патряк Олександра Тарасівна, кандидат економічних наук, ЗУНУ;

Шевченко Анастасія Юрійівна, кандидат економічних наук, ТОВ «Школа для майбутнього»;

Яремко Оксана Михайлівна, кандидат юридичних наук, доцент, ЗУНУ;

Станько Ірина Ярославівна, кандидат юридичних наук, адвокат;

Назарчук Оксана Михайлівна, доктор філософії (Ph.D.), ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»;

Гомотюк Оксана Євгенівна, доктор історичних наук, професор, ЗУНУ;

Біловус Леся Іванівна, доктор історичних наук, кандидат філологічних наук, професор, ЗУНУ;

Ребуха Лілія Зіновіївна, доктор педагогічних наук, кандидат психологічних наук, професор, Західноукраїнський національний університет;

Недошитко Ірина Романівна, кандидат історичних наук, доцент, ЗУНУ;

Стефанишин Олена Василівна, кандидат історичних наук, доцент, ЗУНУ;

Ухач Василь Зіновійович, кандидат історичних наук, доцент, ЗУНУ;

Яблонська Наталія Мирославівна, кандидат філологічних наук, старший викладач, ЗУНУ;

Савчук Надія Антонівна, кандидат психологічних наук, доцент, ЛНТУ;

Рудакевич Оксана Мирославівна, кандидат філософських наук, ЗУНУ;

Русенко Святослав Ярославович, аспірант, ТНПУ імені Володимира Гнатюка.

Адреса оргкомітету:

46005, Україна, м. Тернопіль, а/с 797

тел. +380977547363 e-mail: economy-confer@ukr.net

Оргкомітет конференції не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим. Усі роботи ліцензуються відповідно до Creative Commons Attribution 4.0 International License

ISSN 2786-6823 (print)

© ГО “Наукова спільнота” 2024

© Автори статей 2024



Лисюк Ярослав Юрійович
**ЩОДО КОНЦЕПЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНСТИТУЦІЙНИХ
ПРИНЦИПІВ ЦИВІЛЬНОГО СУДОЧИНСТВА.....116**

Філософські науки

Ruslana Mnozhynska, Maxim Shcherbak
**CULTURAL AND SOCIAL ASPECTS IN
INNOVATIVE EDUCATION.....119**

Абизова Лариса Віталіївна, Ємельяненко Ганна Дмитрівна
**ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ СУЧАСНИХ
НАРАТИВНИХ ПРАКТИК.....121**

Культурологія

Ruslana Mnozhynska, Diana Shchurenko
**THE CULTURE OF CONSUMPTION: THE IMPACT
OF MASS CULTURE ON MODERN SOCIETY.....124**

*Множинська Руслана Володимирівна, Гарасименко Олександра
Сергіївна, Подік Софія, Лаврійчук Валерія Олександрівна*
**МЕДІАКУЛЬТУРА ТА ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ:
НОВІ ВИМІРИ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ.....126**

Філологічні науки

Anastasiia Vakulenko
**FLIPPED CLASSROOM AND THE THIRD TYPE OF COMPLETE
ORIENTATION AS EFFECTIVE FORMS OF LEARNING
ACTIVITY ORGANIZATION FOR FUTURE PHILOLOGISTS
IN THE ENGLISH LANGUAGE LEARNING PROCESS.....129**

Дуб Оксана Богданівна
**АНГЛІЦИЗМИ ТА КУЛЬТУРНИЙ ОБМІН:
ЯК МОВИ ВЗАЄМОДІЮТЬ ТА ЗМІНЮЮТЬСЯ.....131**

THE CULTURE OF CONSUMPTION: THE IMPACT OF MASS CULTURE ON MODERN SOCIETY

Ruslana Mnozhynska

Candidate of philosophical sciences,

Associate Professor of Philosophy and Cultural Studies,

Kyiv National University of Technology and Design

ORCID: 0000-0001-8459-3496

Diana Shchurenko

Student, Kyiv National University of Technology and Design

Internet address of the article on web-site:

<https://www.economy-confer.com.ua/full-article/5701/>

In modern society, mass culture plays a key role in shaping the culture of consumption. It not only determines what people buy but also influences how they perceive the world, their place in it, and even themselves. Mass culture sets standards of beauty, success, and well-being, which fuel consumer demand and create a constant desire to acquire more goods and services to achieve these ideals [2, p. 5].

Mass culture, spreading through media, advertising, and other means of communication, shapes uniform models of behavior and values. These models gradually integrate into individual and collective consciousness, defining consumer priorities. A new type of social identity emerges, based on belonging to specific consumer groups and owning particular goods or brands [1, p. 27].

One of the negative consequences of mass culture is the commodification of cultural symbols, where traditional values and rituals are transformed into commercial products. For instance, national holidays or folk traditions may lose their true significance when used as marketing tools to increase sales [3, p. 41].

The culture of consumption under the influence of mass culture can exacerbate social inequality. People who cannot afford to meet imposed standards often feel socially isolated or marginalized. This leads to further stratification of society based on economic opportunities.

Mass culture stimulates irrational consumption, which in turn leads to significant environmental problems. Continuous production and consumption of goods lead to the depletion of natural resources and environmental degradation. Changing consumer practices and rethinking values become necessary for preserving the planet.

In today's world, there is a growing awareness of the need to transition to more sustainable and ethical consumption models. The revival of local cultures, the preservation of diversity, and the development of eco-conscious consumer practices

may become key directions for the future development of the culture of consumption. Mass culture must adapt to new challenges, supporting not only economic but also social and environmental values [4, p. 11].

Thus, mass culture plays a significant role in shaping modern consumption culture. Its impact is multifaceted and includes both positive and negative aspects. In the future, it is important to find a balance between consumer needs and the preservation of cultural and environmental diversity, which will ensure sustainable development of society. The formation of new realities of mass culture and consumer society led to a number of crisis phenomena of an ontological and worldview nature. The purpose of the article is to analyze the worldview accents of modernity from the philosophical point of view of mass culture and consumer society, to outline social transformations inherent in social categories of thinking. General scientific methods of analysis of synthesis, deduction, and induction were used to write the article. The results highlighted the main characteristics of mass culture, it was established that it has a specific influence on worldview aspects. Mass production replicated mass things, chimeras of characters, values, etc., which became obsessive in society. Consumer society has turned consumption into the meaning of life. Consumption received leading roles in creating a new type of relations in society, transforming them according to its own development scheme. Consumption has become the dominant socio-cultural aspect in people's consciousness, which has pushed the economic effect into the background. This has led to the formation of a crisis of identities throughout the world, as traditional national ways of demarcation are replaced by social. The conclusions suggest turning to the ideas of the Post-Enlightenment, which contain elements of consumerism [5, p. 212].

References:

1. Kovalchuk O. I. The Influence of Mass Culture on the Formation of Consumer Priorities. *Modern Cultural Studies*. 2019. No. 4. 22-29 p.
2. Petrenko M. V. *Social Aspects of Consumption in the Context of Globalization*. Kyiv: "Naukova Dumka" Publishing House, 2020. 320 p.
3. Ivanenko L. P. Ecological Challenges of Consumer Culture: Solutions. *Ecology and Society*. 2021. No. 2. 45-53 p.
4. Honcharova T. M. Mass Culture and the Commodification of Traditional Values. *Cultural Studies Almanac*. 2018. No. 5. 10-17 p.
5. Semenova O. Yu. *The Development of Consumer Culture in the Digital Age*. Lviv: "Prosvita" Publishing House, 2022. 410 p.

Наукове видання

«Світ наукових досліджень. Випуск 33»

Рік заснування – 2011

Видання виходить 11 разів на рік

Відповідальний за випуск *У.О. Русенко*
Комп'ютерне верстання *О.В. Ковальський*

Підписано до друку 26.09.2024
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк на дублюкаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 50 прим.

Громадська організація «Наукова спільнота»
46027, Україна, м. Тернопіль, вул. Загребельна, 23
Ідентифікаційний код 41522543
тел. 0979074970
E-mail: rusenkos@ukr.net

Віддруковано ФО-П Шпак В.Б.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК№7599 від 10.02.2022р.
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743
СПП № 465644
Тел. 097 299 38 99
E-mail: tooums@ukr.net