

ловленная надстройка, сложившаяся на биологическом фундаменте инстинктов нормальной сексуальной ориентации представителей обоих полов; это своеобразная культурная оболочка инстинктивных программ, обеспечивающих воспроизводство биологического вида. И только представители «ЛГБТ»-сообщества оказываются вне этой компоненты национальных культур. Вследствие этого «ЛГБТ»-сообщество космополитично, а следовательно, ЛГБТ-члены свободны от нравственных норм и ограничений, принятых в обществе, и способны на проведение политики разрушения общества, в котором существуют.

Космополитизм «ЛГБТ»-сообщества – в аспекте его несопричастности к функционированию института семьи. Разрушение института семьи в обществе рабов и в процессе порабощения являются объективной предпосылкой для сотрудничества идейного интернацизма и «ЛГБТ»-сообществ во всех регионах планеты.

Таким образом, можно сделать вывод, что ЛГБТ-сообщество целенаправленно создаётся в современном обществе: пропаганда «нормальности» ЛГБТ, защита их прав и свобод в ущерб нормальных людей, повсеместное распространение ядов, предрасполагающих вхождение в ряды ЛГБТ. Бесспорно, влияние, оказываемое ЛГБТ как на человека, на личность, на институт семьи, так и на государственность в целом, однозначно негативно-разрушительное.

Медведева А.
НТУ «ХП»

РОЛЬ СОЦІОЛОГІЇ У ВИВЧЕННІ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ

Протягом тривалого часу соціологи вивчали проблеми праці, трудових відносин, соціальних конфліктів, стосунки нерівності. Але ситуація змінилась у середині минулого століття, коли дослідження споживання як особливого соціального феномену стає надзвичайно актуальним для всіх суспільних наук у зв'язку з настанням епохи постмодерну в західному суспільстві та пов'язаними з ним соціокультурними й економічними осо-

близькостями, а також зміненням характеру споживання, його функцій і місця в суспільстві.

Інтерес соціології до спочатку економічної категорії «споживання» виявляється в дослідженні таких аспектів споживання, як мода; зразки споживання; культура споживання в межах певного способу життя; характер соціальних відносин, що відтворюються і розвиваються в процесі споживання матеріальних, духовних і соціальних благ. Отже, у соціології споживання розглядають як соціальний і соціально-психологічний феномен, як сферу соціалізації особи, формування соціальних норм, цінностей, культури.

Одним із важливих завдань сучасної соціології є вивчення соціальних чинників, що характеризують систему детермінації споживчої поведінки людини. Його найважливішою особливістю є те, що воно вже для багатьох людей виходить за межі придбання найнеобхідніших для життя продуктів харчування і предметів промислового виробництва. Розвиток науки й техніки, а також підвищення рівня життя значної маси людей зумовлює створення системи управління споживчою поведінкою. Багато товарів купують під впливом таких чинників, як престижність, новизна, багатофункціональність, відповідність моді тощо. Практично всі природні спонукачі споживчої поведінки замінюються системою соціальної дії, що визначає зміст конкретних потреб та інтересів людини. У зв'язку із цим актуальною проблемою стає з'ясування особливостей впливу соціальних чинників повсякденного життя людини на його споживчу поведінку. Потрібно спеціальне вивчення того, як поєднуються природні й соціальні детермінанти під час вибору та споживання різних товарів і послуг. У сучасному суспільстві за умов ринкової економіки взаємини споживача й виробника вибудовуються таким чином, що споживач перебуває в центрі інтересів виробника, є його основною метою й об'єктом цілеспрямованої дії. Саме тому для виробника важливим є вивчення споживача із психологічного, економічного, соціологічного та культурологічного поглядів.