DOI: 10.15421/272318
УДК 340.12:330.16

Т. С. Павлова, Р. А. Павлов

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

ФЕНОМЕН ПРАВА В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ

E-mail: pavlova_tatyana@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7178-3573
E-mail: r.pavlov.dnu@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7629-2730

Анотація. Сучасне суспільство споживання потребує свого визначення і наукової розробки, а також розуміння специфіки феномену права як одного з його соціальних регуляторів. Тому необхідно визначити раціональні, онтологічні та аксіологічні аспекти цього феномену і специфіку їхнього прояву в сучасному суспільстві, в якому споживання стає ключовим моментом. **Метою** статті є визначення особливостей права як феномену в сучасному суспільстві споживання. **Методологія** роботи включає соціально-філософський аналіз, діалектику, феноменологічний метод, логічний та системно-структурний аналіз. Поєднання цих методів дозволяє розкрити сутнісні характеристики феномену права і його буття в соціальній реальності відповідно до змін, які постійно відбуваються і вимагають свого регулювання. **Опис основних результатів.** У процесі дослідження виявлено, що раціональність права, його філософські виміри визначають правову реальність як сукупність різноманітних і водночас пов'язаних між собою правових феноменів. Визначено форми буття і реалізації права в суспільстві, а також особливості їх функціонування сьогодні. Розглянуто право як комунікацію і семіотику, що є надзвичайно актуальним з урахуванням сучасних культурних процесів, у яких комунікація набуває нових форм, а семіотика постійно змінюється. З'ясовано важливість філософської рефлексії щодо права, оскільки виключно юридичний підхід не розкриває його сутності як феномену. Показано онтологічний та аксіологічний виміри права, завдяки чому були розкриті буттєві та ціннісні його конотації. Саме через своє буття, реалізацію в суспільстві право стає реальністю і може реалізувати свою сутність – свободу. А завдяки своїм ціннісним вимірам воно здатне бути загальнозначущим, універсальним суспільним регулятором, що несе цінності і їх захищає. Показано, як змінюються цінності людини в сучасному суспільстві і як право повинно на це реагувати. Розкрито кореляцію змін у свідомості сучасних людей, що відбувається під впливом стратегії виробників товарів – підвищення продажів, і це зазвичай має глибинні системні і структурні наслідки. Розглянуто низку важливих соціально-економічних відносин, які повинне регулювати сучасне право в суспільстві споживання, де основним можна визначити питання відносин між тими, хто товар виробляє, і тими, хто його споживає. Визначено, що право сьогодні має залишатися актуальним і швидко змінюватися за потреби, з огляду на тенденції соціального розвитку. **Наукова новизна.** Визначено, що феномен права, незважаючи на суспільні зміни, залишається ключовим ціннісним виміром буття суспільства та соціальним регулятором, що може забезпечити реалізацію індивідуальних людських прагнень та загального суспільного інтересу як цілого. Соціально-економічні процеси, що відбуваються в суспільстві, тісно пов'язані з загальнокультурними, і зміни відбуваються як на рівні об'єктивного світу, так і на рівні свідомості окремих людей і колективної свідомості, а право в цьому процесі відіграє одну з ключових ролей. **Висновки.** З'ясовано, що право сьогодні може розглядатися лише в широкому, філософському сенсі як феномен, оскільки в сучасному суспільстві споживання воно відіграє роль вагомого соціального регулятора, а також відображає найважливіші цінності та соціальні зміни, що відбуваються на рівні буття суспільства.

Ключові слова: феномен права, суспільство, держава, споживання, онтологія, гносеологія.

T. S. Pavlova, R. A. Pavlov

Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine

THE PHENOMENON OF LAW IN MODERN CONSUMER SOCIETY

Abstract. Modern consumer society needs its definition and scientific development, as well as an understanding of the specifics of the phenomenon of law as one of its social regulators. Therefore, it is necessary to determine the rational, ontological and axiological aspects of this phenomenon and the specifics of their manifestation in modern society, in which consumption becomes a key moment. **The purpose** of the article is to determine the features of law as a phenomenon in the modern consumer society. **The methodology** of the work includes socio-philosophical analysis, dialectics, phenomenological method, logical and system-structural analysis. The combination of these methods allows revealing the essential characteristics of the phenomenon of law and its existence in social reality in accordance with the changes that are constantly occurring and require their regulation. **Description of the main results**. In the process of research, it was determined that the rationality of law, its philosophical dimensions determine legal reality as a set of diverse and at the same time interconnected legal phenomena. The forms of existence and implementation of law in society are defined, as well as the peculiarities of their functioning today. Law is considered as communication and semiotics, which is extremely relevant in view of modern cultural processes in which communication takes on new forms, and semiotics is constantly changing. The importance of philosophical reflection on law is clarified, since an exclusively legal approach does not reveal its essence as a phenomenon. The ontological and axiological dimensions of law are shown, thanks to which its essential and valuable connotations were revealed. It is because of its existence, implementation in society that law becomes a reality and can realize its essence – freedom. And thanks to its value dimensions, it is capable of being a general, universal, social regulator that carries values and protects them. It is shown how human values change in modern society and how the law should respond to this. The correlation of changes in the consciousness of modern people, which occurs under the influence of the strategy of product manufacturers – to increase sales, and this, of course, has profound systemic and structural consequences. A number of important socio-economic relations, which should be regulated by modern law in a consumer society, are considered, where the main issue can be defined as the relationship between those who produce goods and those who consume them. It was determined that today's law must remain relevant and quickly change as needed, based on the trends of social development. **Scientific novelty**. It was determined that the phenomenon of law, despite social changes, remains a key value dimension of society and a social regulator that can ensure the realization of individual human aspirations and the general public interest as a whole. Socio-economic processes occurring in society are closely related to general cultural ones, and changes occur both at the level of the objective world and at the level of consciousness of individuals and collective consciousness, and law plays one of the key roles in this process. **Conclusions**. It was found that law today can only be considered in a broad, philosophical sense as a phenomenon, since in the modern consumer society it plays the role of a significant social regulator, and also reflects the most important and significant values and social changes occurring at the level of society.

Keywords: phenomenon of law, society, state, consumption, ontology, epistemology.

Вступ. Актуальність цієї теми полягає в тому, що людина завжди виступає актором значних соціальних перетворень і не може залишатися осторонь цих процесів. Її буття невіддільне від буття суспільства, відповідно зміни, які в ньому відбуваються, впливають на неї, її свідомість, життя, поведінку безпосередньо. Суспільство споживання створює нові наративи, які потребують дослідження. Право і суспільство завжди існують разом, тому питання їх взаємодії є ключовими в розумінні соціального буття людини. Правові сенси в суспільстві сьогодні корелюють з уявленнями про складну природу права, його природу, людські виміри пізнання суспільства. Сучасне суспільство споживання потребує такого права, яке б було йому релевантним, відповідало сучасним викликам і водночас не втратило своєї природи. Проблема феномену права

в суспільстві споживання є недостатньо дослідженою, а тому виникає багато питань щодо природи права сьогодні і його особливостей.

Питання права як елементу раціонального у свідомості людини розглядав Р. Алексі, який виділив основні проблеми сучасного права [1]. В праці [15] розглядаються проблеми природного права та його інтерпретацій. Впливу емоцій на процес споживання та прийняття економічних рішень присвячено працю [12]. Автори праці [7] розробляли питання правової держави і різниці між правом і законом. Вони розглядають ці феномени в історичному, філософському, соціальному аспектах та намагаються визначити їх загальні й відмінні риси, а також можливі варіанти співіснування. Є. Харитонов і О. Харитонова приділяють увагу у своїх дослідженнях складним питанням правовідносин, зокрема у приватноправовій і публічноправовій сферах [9]. В праці [13] досліджуються умови соціалізації споживання коміксів на мікросоціальному рівні в контексті визначення особливостей формування та розвитку різноманітних поведінкових моделей попиту на цей продукт культури. Видатний філософ Е. Фромм у своїй праці «Мати або бути» [3] розглядав ключові проблеми людини як споживача, але водночас складність цього феномену ставить все більше питань, які потребують відповіді.

Сучасний науковий контекст вимагає від досліджень широкого підходу до проблеми міждисциплінарності. Складність феномену права полягає перш за все в тому, що філософські, метафізичні уявлення про нього з необхідністю повинні поєднуватися з практикою права. Оскільки право може бути реалізованим сьогодні лише як право людини, тобто реальне, реалізоване право, то філософські питання права, а також питання його теорії і практики розглядаються поряд з економічними питаннями й актуальною соціальною дійсністю. Це є дуже доречним і в плані особливостей права в сучасному суспільстві споживання, дослідження яких може відбуватися лише в широкому світоглядному сенсі.

Мета дослідження: виявити специфічні риси феномену права в сучасному суспільстві, де споживання виступає ключовою характеристикою світогляду і буття людини. По-перше, визначити ті поняття, проблеми, які сприймаються людиною як раціональне в праві. По-друге, розглянути онтологічну природу права через різні форми його існування, що важливо з точки зору буття та сутності права. По-третє, проаналізувати аксіологію права, де воно розглядається як цінність людського буття. По-четверте, дослідити в культурному плані ключові риси сучасного суспільства і визначити його ключові вектори. По-п'яте, показати особливості права в сучасному суспільстві споживання, дослідити, що ж воно являє собою сьогодні. **Предмет** дослідження: онтологічні та аксіологічні виміри феномену права в сучасному соціумі.

Розглядаючи феномен права, не можна залишити поза увагою дослідження питання про його раціональність. Проблемами раціональності і нормативності права, зокрема, займається відомий сучасний філософ права Р. Алексі. Він виділяє три основні проблеми природи права – це проблема природи норми, дійсності і правильності права [1]. Таким чином, ми бачимо, що проблематика раціональності права тісно пов'язана з філософією і розглядати її необхідно саме у філософському вимірі. Онтологічний підхід до права якраз дає змогу дослідити проблеми, пов'язані з природою, сутністю й існуванням права. Феномен права в цьому випадку розглядається через свою відмінність від інших феноменів і це дає змогу розкривати правову реальність як дещо особливе, специфічне, як те, що не може бути зведене до іншого і тим більше зливатися з ним. Раціональність права в цьому аспекті виражається перш за все в тому, що воно являє собою обов'язок, належність. Право раціональне тому, що містить у собі універсальний обов'язок. Водночас право метафізичне, ідеальне, являє собою як взірець, до якого слід прагнути. І це потребує пояснень. Річ у тому, що у філософії права заведено ділити цей феномен на два різновиди: природне право і позитивне право. Щодо природного права існує два підходи до розуміння: перший визначає його як вище право, з позиції якого надається оцінка чинному законодавству, другий включає його в чинне законодавство як невіддільну складову частину і не бачить його існування поза

межами закону. А позитивне право розглядається як чинне законодавство в конкретній державі в конкретний час. І коли ми говоримо про універсальність і метафізику права, то маємо на увазі перш за все природне право [15]. В сучасному суспільстві споживання взагалі є тенденція не ускладнювати споживачеві його вибір складними пошуками істини, сенсу, причин та наслідків. Тому часто розуміння права як чинного законодавства є достатнім у такому суспільстві, оскільки саме право сприймається як річ, інструмент, яким можна користуватися лише з прагматичною метою. Пізнання ж права як складного феномену здійснюється лише в межах філософії.

Онтологія права – це завжди стосовно його буття. Виникає питання про те, в яких формах право може існувати. У правовій реальності право існує як правосвідомість, правові норми та правовідносини. В сучасному суспільстві споживання ця структура зберігається, хоча змінюється сама правова реальність у її проявах. Філософські аспекти права дуже ретельно висвітлюються саме в розробці категорії правосвідомість, оскільки вона містить уявлення людини щодо права, а це дуже комплексне явище, яке включає правові почуття, погляди, ідеї та інше, що відображує ставлення людини до всіх правових явищ. І ґрунтується правова свідомість завжди на тій впевненості, що право є необхідним у суспільстві і здатним виконувати свої завдання. Звичайно, що важливу роль в цьому випадку відіграє і правова культура особистості, і її вольові якості, і відчуття відповідальності, але необхідність і ефективність права – це основне. Його раціональність у цьому плані полягає в його ефективності.

Правосвідомість відображає правову дійсність, надає їй оцінку. Такі оцінки можуть викликати певні емоції – позитивні або негативні, які спрямовані на феномен права і його реалізацію. В суспільстві споживання емоційний складник особливо виражений, тому що саме на емоції розраховують маркетологи, виробники, продавці товарів і послуг. Емоція є не лише психічною реакцією людини на події і явища, а й результатом, якого прагне людина. Наприклад, емоція радості від купленого товару, насолоди від оцінювання покупки іншими, задоволення від процесу вибору товару, його купівлі й користування ним. Правові прогнози й варіативність правових дій теж належить до правосвідомості. Право є певним взірцем поведінки, на яку орієнтується людина, а цінності містяться в її свідомості. Звичайно, не можна ототожнювати закон і право. Оскільки закон може не бути нормою, може не відображати суспільні відносини й суспільну поведінку [7]. Тому, коли мова йде про норму права, як елемент правової реальності завжди мається на увазі водночас її конкретність і універсальність, здатність до регулювання, актуальність, відповідність природному праву. В ній органічно поєднуються свобода і обов'язок, який не сприймається як обмеження свободи, а скоріше як необхідність, воля автономної особистості, виражена в універсальній формі у вигляді припису, правила, обов'язкового до виконання. Важливим критерієм раціональності норми є її зрозумілість. Сенс норми повинен бути переданий відповідно до того культурного контексту, в якому перебуває суспільство в цей час. Вимоги норми мають бути такими, щоб їх фактично можна було виконати. Тобто щоб норма не була пустою, декларативною, а щоб вона мала фактичну змогу бути реалізованою на практиці в реальних соціальних умовах, які склалися. Також норма повинна поєднувати в собі статичність і динамічність. З одного боку, вона має бути здатною, певний час не змінюючись, регулювати правовідносини, з іншого боку, перебуваючи в динамічному соціальному середовищі, змінюватися відповідно до його вимог. Особливо це актуально в сучасному суспільстві, в якому зміни відбуваються набагато динамічніше ніж коли-небудь.

На основі норм права виникають правовідносини, які являють собою третій елемент правової реальності. Як показує соціально-філософський аналіз, по суті норма права може бути реалізованою лише в процесі правовідносин, де всі сторони виступають як суб'єкти, мають свої права та обов'язки, виявляють свою волю і діють, керуючись власною волею. Характерною рисою правовідносин є й те, що в них беруть участь як мінімум дві сторони, і це свідчить про узгодження декількох волевиявлень. Воля сторін може бути реалізованою лише в соціальному плані, вона із суб'єктивного

волевиявлення виходить у план об'єктивності. Також важливо, що правовідносини мають цілеспрямований характер, чітко визначену мету, а її реалізація підкріплена юридичними обов'язками сторін. І раціональність правовідносин, як і права, можна визначити як їх цілеспрямованість і забезпеченість. Влучно Є. О. Харитонов і О. І. Харитонова звертають увагу на діалектику приватного та публічного в регулятивних правовідносинах [9]. Лише в такому аспекті проблема правовідносин може бути вписана в загальний контекст суспільного регулювання, де враховані інтереси як загального, так і індивідуального, як державного, так і приватного. Щодо охоронних правовідносин, то вони перш за все стосуються юридичної відповідальності, і в цьому випадку основне питання – це питання законності її підстав.

В плані філософського розгляду важливим є те, що право – це певний вид соціальної комунікації і семіотики. І звичайно, феноменологічний метод дозволяє провести подібні дослідження. Як комунікація право є важливим елементом соціального спілкування й передачі інформації, яка транслюється як у часі, так і у просторі. Правова комунікація виступає як елемент культурної комунікації. Тому так важливо, щоб ця комунікація протікала не лише в межах правомірності, а й культурно сприйнятої в цьому суспільстві раціональності. Це коли вона є зрозумілою всім учасникам правовідносин. Щодо семіотики права, то вона теж містить універсальну раціональність, завдяки якій може транслювати зрозумілу соціальну інформацію у вигляді знаків і символів. Це і правила, і оцінки, які на рівні колективної свідомості фіксуються, закріплюються і передаються.

Філософська рефлексія завжди передбачає критичність. Щодо права ця критичність є актуальною з точки зору оцінювання правильності й неправильності людської дії. Як показує логічний та системно-структурний аналіз, це є актуальним не лише щодо права, а й щодо моралі. Причому йдеться не лише про оцінку поведінкових актів конкретних суб'єктів права, а й про оцінку об'єктивності норм, їх релевантності, відповідності певним взірцям. Важливо визначитися з тим, про що йде мова – про філософську рефлексію чи про юридичну нормативність. З огляду на те що подібні оцінки даються з позиції аксіології, де ключовою категорією є цінності, можемо зробити висновок, що йдеться про філософську рефлексію, яка зазвичай опосередкована специфічністю об'єкта дослідження – права. Водночас сама по собі філософська аксіологія має природу нормативності, оскільки встановлює універсальні норми поведінки. І в плані загальної раціональності та нормативності аксіологія і правознавство схожі. Але є звичайно й відмінності, оскільки філософська аксіологія оперує не лише категоріями соціального світу як правознавство, а й категоріями метафізики. Аксіологічна раціональність і нормативність опосередкована цією метафізичністю.

Метафізика як метод також використовується і у філософії права, яка застосовує філософські методи до вивчення феномену права, а от правознавство має іншу, специфічну юридичну методологію. Таким чином, аксіологія містить метафізичну раціональність, а правознавство – соціальну раціональність. Чи можна їх поєднати? Цими проблемами займається філософія права. Зокрема, вона звертається до змісту природи норми права, проблем її онтології і гносеології, що надає цілісність і набагато ширші горизонти бачення проблеми нормативності.

Аксіологія права займається питаннями цінностей у праві, а також розглядає право як цінність. Оскільки цінності в сучасній культурі розглядаються як все те, що може задовольнити не лише потреби людини, а й її бажання, важливим є питання про те, які цінності і як можуть регулюватися правом. Мало того, сучасна культура споживання все більше натякає нам на те, що цінність сьогодні – це все те, що приносить людині задоволення. Цінність необхідно набути або створити, а потім ще й зберегти, а бажано і збільшити. І в цьому плані вона являє собою мету, до якої прагне людина. Цінності можна розглядати як те, що задає сенс людському буттю, і як те, що забезпечує саме людське життя. Перші цінності в сучасній філософії вважаються вельми умовними, розмитими. Людина сама визначає, заради чого вона живе, або взагалі цього не визначає. А от інші цінності – ті, що супроводжують людину протягом її життя і задовольняють її потреби, в тому числі і матеріальні, в сучасному суспільстві споживання виходять

на перший план. Тобто йдеться більше не про філософські ідеали, а про предметно втілені цінності, такі як матеріальні речі, які не лише слугують практичним цілям, а й викликають задоволення від їх придбання та використання.

Звичайно, сучасне суспільство споживання є результатом його поступового розвитку і певних культурних процесів, що відбувалися в ньому [8]. Споживання сьогодні є одною з основних характеристик культури [3]. Воно, по суті, визначає життя сучасної людини в тому плані, що стало його повсякденною невіддільною практикою. Люди все більше співвідносять себе зі споживанням, товарами, брендами, а також емоціями, які виникають у зв'язку з процесом купівлі і споживанням [11]. Звичайно, цьому сприяє багато факторів – міфодизайн, що використовується в рекламі, маркетингу, зростання виробництва. Створюється все більше нових товарів, які необхідно продати – і цей феномен став ключовою стратегією сучасного суспільства. Це викликає певні різнопланові проблеми, до яких можна віднести звуження свідомості людини до рівня простого споживача, поглиблення соціальної нерівності, погіршення екології, енергоефективність та інші [2; 4]. Практичним аспектом філософії права є питання про реалізацію прав людини. Тобто не про право як загальну ідеальну категорію, а про конкретні права конкретної людини, які вона може реалізувати в певному суспільстві. І питання це виходить далеко за межі юриспруденції. Право набуває свого змісту лише як реально і практично можлива реалізація права людини. Лише в цьому випадку право стає елементом практичного соціального життя, що впорядковує і наповнює його, створює комунікацію і реалізує особистісну автономію, де кожна людина відчуває себе, з одного боку, причетною до соціально-культурного буття, а з іншого – самостійною особистістю. Але права людини мають не лише практичну цінність і самі по собі є цінністю, вони ще й являють собою загальну оцінку, певний стандарт, відповідно до якого повинні відбуватися певні соціальні процеси. Такий підхід відповідає принципам громадянського суспільства, де загальний інтерес корелюється з індивідуальними інтересами громадян [14].

Яким може бути право в сучасному суспільстві споживання? Річ у тому, що соціальні норми в плані регулювання відображають ті економічні реалії, які існують у суспільстві [12]. Право як культурний феномен показує прийняті в суспільстві моделі споживання [13]. Сучасна людина як суб'єкт права також відображає образ споживача продуктів культури, який має свої специфічні риси й особливості культурного буття, які право повинне враховувати [5; 6; 11].

Оскільки для сучасного суспільства рівень споживання товарів і послуг є достатньо високим, позитивне право повинне перш за все регулювати правовідносини між виробниками і споживачами, а також продавцями товарів. На перший план виходять питання захисту прав споживачів, які повинні реалізувати право на правдиву, достовірну й чітку інформацію щодо товарів та послуг, право на безпеку товарів, їх якість і право на звернення. Покупець повинен мати гарантії, які б забезпечували допомогу у випадку порушення його прав, коли мова йде про шахрайство, недобросовісну торгівлю, зокрема постачання неякісних товарів і послуг. До основних питань, які є об'єктом правового регулювання в цьому сенсі, можна віднести ціноутворення, рекламу, якість товарів і послуг, договірні відносини та ін. Також актуальними сьогодні є врегулювання питань онлайн-торгівлі та електронної комерції, розвиток яких відбувається дуже швидко. Зокрема, це проведення електронних транзакцій, електронний підпис, захист даних, регулювання додатків і онлайн-платформ. Розвиток права повинен відбуватися за цими напрямами, постійно розвиваючись і вдосконалюючись, а також адаптуючись під нові виклики сучасного суспільства споживання.

Висновки. Показано, що право як складний філософський феномен одночасно має раціональну і метафізичну природу. Раціональність права, як показує соціально-філософський аналіз, об'єктивована перш за все в його обов'язковості, ефективності, зрозумілості, забезпеченості, які проявляються на рівні соціального життя як реальність права. Діалектика та онтологія права розкриває форми буття права в суспільстві. Зокрема, це правосвідомість, яка відображає різні аспекти ставлення людини

до права, його усвідомлення; норма права, що виступає як первинний елемент права і містить правило поведінки; правовідносини, які є формою реалізації норм права і, по суті, процесом їх здійснення. Право також є в суспільстві засобом комунікації, де інформація передається як усередині певної культури в певний час, так і між різними культурами й епохами. Воно також містить культурні знаки, які зрозумілі з точки зору того суспільства, до якого вони належать. І в цьому сенсі сьогодні право є символом сучасного суспільства, який містить актуальні наративи. Аксіологія права визначає ціннісну його природу, що розкриває право як взірець, з яким порівнюють людську поведінку. Цінності в суспільстві змінюються і відповідно до них змінюється право. Логічний та системно-структурний аналіз показує, що сучасне суспільство споживання постає як певний культурний феномен, що має свою специфіку й особливості правового регулювання. І не лише в сенсі реалізації позитивного права, а й у контексті самого розуміння права. Споживання стало важливою рисою людини та її повсякденною життєвою практикою і звичайно вимагає правового забезпечення з урахуванням того моменту, що відбуваються постійні зміни, на які праву слід вчасно реагувати. Ці реакції повинні бути нормативними, релевантними, відповідати суспільним запитам, регулювати нові правові відносини, що виникають, бути універсальними й містити в собі дух закону. До основних сфер правового регулювання сучасного суспільства споживання можна віднести захист прав споживачів товарів і послуг та пов'язані з цим правовідносини. Також усе більший вплив на суспільство мають новітні цифрові технології, блокчейн, децентралізовані способи здійснення купівлі-продажу товарів і послуг, що має бути врегульовано законодавчо на національному та міжнародному рівнях з урахуванням природи права.

«REFERENCES»

1. *Alexy, R.* (2010). The Argument from injustice: a reply to legal positivism. New York: Oxford University Press, 160 p.
2. *Andrade, S. L, & De Lima, G. E* (2018). Reverse logistics and the facing of the phenomenon of programmed obsolescence. *Revista de Direito da Cidade,* 10(2). doi:10.12957/rdc.2018.30605
3. *Fromm, E.* (2015). To have or to be? (Reprint). London: Bloomsbury Academic.
4. *Holanda, F. C. C., & Lima, K. L. C. R.* (2022). The vulnerable consumer and the greenwashing on the fashion industry. *Veredas Do Direito*, 19(44), 33–55. doi:10.18623/rvd.v19i44.1863
5. *Hudoshnyk, O. V., & Krupskyi, O. P.* (2023). Media possibilities of comics: modern tools for the formation and presentation of organizational culture. *European Journal of Management Issues*, 31(1), 40–49. doi:10.15421/192304 (in Ukrainian).
6. *Hudoshnyk, O., & Krupskyi, O. P.* (2022). Science and comics: from popularization to the discipline of Comics Studies. *History of Science and Technology*, 12(2), 210–230. doi:10.32703/2415-7422-2022-12-2-210-230
7. *Ivanii, O. M., Aparov, A. M., & Kurova, A. A. et al.* (2020). Pravova derzhava: realii ta perspektyvy rozbudovy v umovakh hlobalizatsii [The rule of law: realities and prospects of development in the context of globalization]. Sumy: SumDPU imeni A. S. Makarenka, 117 p. (in Ukrainian).
8. *Jonker, J., Milo, M., & Vannerom, J.* (2017). From hapless victims of desire to responsibly choosing citizens. *BMGN-Low Countries Historical Review*, 132(3), 115–138. doi:10.18352/bmgn-lchr.10401
9. *Kharytonov, Ye. O., & Kharytonova, O. I.* (2018). Rehuliatyvni pravovidnosyny pryvatno-pravovyi ta publichno-pravovyi vymiry [Regulatory legal relations: private law and public law dimensions]. Odessa: Helvetica, 404 p. (in Ukrainian).
10. *Mitchell, S.* (2018). Narratives of Resistance and Repair in Consumer Society. *Third Text*, 32(1), 55–67. doi:10.1080/09528822.2018.1459110
11. *Pavlov, R. A., & Pavlova, T. S.* (2023). Obraz postmodernistskoho spozhyvacha produktiv kultury [The image of the postmodernist consumer of culture products]. In *Pidpryiemnytstvo: suchasni vyklyky, trendy ta transformatsii* [Entrepreneurship: modern challenges, trends and transformations]. Dnipro: Bila K. O., 310–333 (in Ukrainian).
12. *Pavlov, R. A., Pavlova, T. S., & Levkovich, O. V.* (2018). Integracija social'nyh norm v modelirovanie processa prinjatija finansovo-jekonomicheskih reshenij [Integration of social norms in modeling of the process of making financial-economic decision]. In *Upravlinnia rozvytkom subiektiv*

pidpryiemnytstva: mekhanizmy, realii, perspektyvy [Management of entrepreneurship development: mechanisms, realities, perspectives]. Dnipro: Bila K. O., 338–357 (in Russian).

13. *Pavlov, R. A., Pavlova, T. S., & Levkovich, O. V.* (2019). Modeli spozhyvannia komiksiv yak variant postmodernistskoi sotsialno-ekonomichnoi komunikatsii [The models of comics consumption as an option of postmodern and social-economic communication]. In *Upravlinnia rozvytkom subiektiv pidpryiemnytstva v umovakh vyklykiv XXI stolittia* [Managing the development of business entities in the context of the challenges of the XXI century]. Dnipro: Bila K. O., 313–324 (in Ukrainian).
14. *Pavlova, T.* (2012). Filosofiia Hehelia ta hromadianske suspilstvo sohodni [Hegel's philosophy and civil society today]. *Kultura narodov Prichernomorya*, 233, 149–152 (in Ukrainian).
15. *Pavlova, T., Zarutska, E., Pavlov, R., & Kolomoichenko, O.* (2019). Ethics and law in Kant's views: the principle of complementarity. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(4), 651–664. doi:10.1108/ijoes-04-2019-0080.

Received 23.07.2023
Received in revised form 13.09.2023
Accepted 15.09.2023