

УДК 1+33

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v045.2023.3>**Л. В. Діденко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1734-0055>

кандидат філософських наук, доцент,

доцент кафедри філософії гуманітарних наук

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ФІЛОСОФСЬКО-ЕКОНОМІЧНІ ПАРАМЕТРИ (АНТРОПО)СПОЖИВАННЯ: ВІД ПОТРЕБОЗАДОВОЛУ ДО ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ

Зауваги: 1) *пунктуаційна* – авторські, тобто мої власні, роз'яснення у тексті подані через {...}; уточнення марковані через (...); 2) *антропонімна* – усі імена-та-прізвища транслітеровані за фонетичним підходом зі збереженням автентичних подвоєнь та подані у тексті за першою згадкою у форматі «антропонім українською {антропонім мовою оригіналу та/або англійською}».

Сучасність – ХХІ ст. – це повноформатне реалізування розробок ХХ ст.: глобалізувальний проєкт, ідеї «глобальне село», «спільносвіт», «емпатійність», «діджитальність», «освіта впродовж життя», «суспільні рішення», «групова взаємодія», «співпраця як доповняння» тощо. За задумом, все було б ідеально, якби не антропоодина, котра критично осмислює. Більшість «захоплених розгортальними трендами ХХ ст.» переконані у «необхідності домінування науки», що допоможе кожному людському створінню жити та працювати на благо людства, проте вони не вбачають загрозливих перспектив трансформувати на основі отримуваних результатів-та-наслідків від дії «м'якої нормовості» (або навіть увідсутнювання нормовості) через аспекти «ситуативного вигинання».

Пропоноване дослідження актуалізують суспільні виклики, за якими економічний аспект споживання як один з етапів виробничого циклу переростає у вельми неоднозначну практику, узвичаєну антропоодинами. Зміни соціопростору та запити самої антропоодина штучно нарощують різноманітними «перспективними обіцянками», а також формуванням трендів. Якщо сутність споживання можна звести до «разового вживання» та/або «повторної застосовності», то з антропоспоживанням буде трохи складніше, оскільки має бути отриманий «дозвіл суб'єкта» на вчинання окремих дій щодо неї/нього. Моя розвідка уможливує не тільки реінтерпретування споживання, але й розтлумачення антропоспоживання у його (не)безпечних проявах. Саме споживання цікавить мене виключно як початкова точка розгортання концептосфери антропоспоживання, що вже зараз набирає загрозливих обертів.

Проблема постає не стільки у дефініціюванні «антропоспоживання» та маркуванні його як поняття або концепту, скільки у розтлумаченні його дуальності: антропоспоживання передбачає поєднання двох аспектів – можливісного (тобто «споживання-як-таке», конкретизоване тезами «я можу споживати» та/або «що саме уможливлене до споживання мною») та дозвільного (тобто власне «споживаності», конкретизованої тезами «мене можуть споживати» та/або «дещо у мені є відкритим до споживання іншими» та/або «дещо у мені є доступним до споживання іншими»). З економічної точки зору, абсолютно нічого нового – споживати можливо все; проте, з філософської точки зору, мають існувати або межі споживання, або заборони, або чітка нормованість щодо дій людського створіння. На перший погляд, поняття «антропоспоживання» має вельми хиткі засновки: воно векторує нас до зведення людського створіння до одного з елементів у харчовому ланцюзі (як за природними параметрами, так само і за соціальними). Проте деталізування прояснюватиме не тільки приховані загрози «відкритих спокус», але й можливості реалізування індивідуальної свободи волі із деякими типовими результатами та наслідками.

Теоретико-практичні параметри наукової новизни зумовлені структурою пропонованої розвідки {тобто пунктами розгляду теми}, а також необхідністю оновлення-та-збагачення україномовного філософського дискурсу лінгвоодинами. **Мета дослідження:** розглянути філософсько-економічні параметри (антропо)споживання. **Дослідницькими завданнями** постають: специфікувати споживання через потребозадовіл та ресурси; завдяки акцентуванню уваги на дієслові «споживати» окреслити та деталізувати головні значення з формулами й прикладами; демаркувати особливості трьох призм споживання – економічної, філософської та культурної; зазначити вихідні параметри антропоспоживання, що уможливить прояснення сутності останнього через блоки та рівні; виокремити варіативи ресурсокомплектності антропоодина для необхідності усвідомленого ставлення до себе та обмеження шкідливих дій від інших.

Теорезис формують дослідження (гіпотези, концепції, розробки) колег з різних локацій та мислителів попередніх епох/періодів щодо: споживання та особливостей суспільства споживання (Жан Бодріяр/Jean Baudrillard [2]); оновленого розуміння споживання у контексті міждисциплінарних досліджень та змін соціопростору (Роберт Данн/Robert G. Dunn [5]; комплексного розуміння споживання через параметр «постійно впроваджуваної надмірності» та необхідності підтримування оптимальних параметрів у біологічних та соціальних системах (збірка за редакцією Стефані Д. Престон/Stephanie D. Preston, Мортена Крінгельбаха/Morten L. Kringelbach та Браяна Кнутсона/Brian Knutson [14]); спричинених споживанням змін як задля створення «переліків хибних потреб», так само й задля формування «нового середнього класу» (збірка за редакцією Маніша Джа/Manish K. Jha та Пушпендри/Pushpendra [3]); аспектів «смертельного споживання» {«fatal consumption»} у контексті самодостатнього розвитку {Sustainable Development} та «дилемми самодостатності» {«the dilemma of sustainability»} (збірка за редакцією Роберта Вуларда/Robert F. Woollard та Алека Острі/Aleck S. Ostry [6]); необхідності етичного споживання з аналізуванням аспекту «моральної провини споживальника за здійснені покупки» й центруванням уваги на людині як раціональному-та-емоційному створінні (Алекс Хіллер/Alex Hiller та Хелен Говорек/Helen Goworek [8]); смаку та його формування/трендування у соціоопрактиках (П'єр Бурд'ю/Pierre Bourdieu [4]); (не)поміркваності, потягів, страждань, задоволень, насолод, міри та розсудливості (Арістотель/Αριστοτέλης [1, книга Н/7, с. 274–324/275–325]); категоричного імперативу (Іммануель Кант/Immanuel Kant [9, с. 385–463; 10, с. 1–163]); тіла як вираження й мовлення у аспектах зв'язковості з мисленням, значеннєвості, формування та транслювання смислів, комунікації, специфікування конвенційного алгоритму, презентування емоцій (Моріс Мерло-Понті/Maurice Merleau-Ponty [12, с. 203–232]) тощо.

Методологію пропонованої розвідки вибудовано на поєднанні методів та принципів. Головними *методами*, застосованими у дослідженні є *розмірковувальний* {для обґрунтування особливостей (антропо)споживання через потребозадовіл та ресурсність}, *феноменологічний* {для сутнісного схоплювання основи споживання – дієслова «споживати» (через значення, формули і приклади) та антропоспоживання (через блоки і рівні)}, *моделювальний* {для створювання пропонованим дослідженням «гіпотетичного запиту на індивідуальне домірковування» читальниками, а також окреслення «неоднозначних трендів», що можуть бути кваліфіковані будь-якою антропо-

одиноцею як небезпечні за умови персонального критичного осмислення та подальшого обговорювання}, *аналізувальний* {для демаркування економічної, філософської та культурної призм споживання}, *синтезувальний* {для об'єднання розтлумачених даних щодо (антропо)споживання задля характеризування людини як ресурсокомплекту}, *герменевтичний* {для тематичного розтлумачування-роз'яснювання окремих моментів щодо (антропо)споживання}, *компаративний* {для зіставлення різних підходів до розуміння (антропо)споживання}, *прагматичний* {для акцентування уваги на ефективності/результатності у контексті розгляду (антропо)споживання} тощо. З-поміж головних *принципів* – історизму, цілісності, умовної об'єктивності, обґрунтованості, ситуативності, причинності, ефективності, плюріверсності підходів, міждисциплінарності тощо.

Результати дослідження презентовані далі у тематичних пунктах та авторських розтлумаченнях.

1. Потребозадовіл як запит на споживання. Зі з'явою людини виникає постійно розширюваний перелік потреб, більшість яких кожен з нас має на меті задовольнити. Первинно потребозадовіл здійснювався за принципом ускладнення: від неусвідомленого та випадкового до оптимізовано-алгоритмового. Перші потреби були переважно вітальними, а їх задовольняння поставало уможливленням забезпечення та/або подовження життя антропоодиноці. Сучасна людина розширила «каталог потреб» – від вітальних {харчових та безпекових} до «індивідуальнокомплектованих» {залежних від інтелектуальних запитів та фінансових можливостей Актора}. Перехід від природного джерела {як антропозалежної ресурсоневичерпності} до «типового задоволення наперед» {як шаблонного створювання} зумовив зміни виробничого циклу. Проте ці зміни для самої антропоодиноці виявляються «прихованою загрозою»: з одного боку, з'ява численних елементів матеріального та нематеріального походження, що потенційно можуть бути використані для різнорідних потребозадоволів {тобто, з погляду виробника, переліки потреб є вичерпними та узагальненими, але не усім антропоодиноціям «підходить» вироблене}; з іншого боку, кожен з нас поступово скорочує перелік потреб-на-задовіл до мінімальних {що не зовсім прийнятно для виробників}.

2. Передумова споживання – ресурси. Первинні потреби антропоодиноці «закладені у її природі» через тіло та поняття «життя»: кожен з нас має опікуватися продовженням власної життєдіяльності через задоволення потреб тіла {продукти харчування та безпекові параметри}. Якщо безпекові параметри «налаштувати» простіше

{через узгодження поіснування із собі подібними за прийнятних для себе та/або більшості умов}, то з продуктами харчування все набагато складніше. Наші предки залежали від природи та доступу до її продуктів {первинних ресурсів}. Як тільки до останніх відкривався безперешкодний доступ, антропоодиниці могли прогнозувати перспективи власного майбутнього {індивідуального та спільного}. Усі природні ресурси є вичерпними, проте антропоодиниця може сповільнювати їх закінчування і, відповідно, регулювати тривалість послугоування ними.

Параметри приватного та глобального господарювання {тобто віднайдення, накопичення та розподіл ресурсів} регульовані економікою. У межах економіки усі ресурси мають різні джерела походження, з поміж яких виокремлюють: 1) природні, або первинні (які можуть відразу бути використані, проте тільки частина з них може бути нешкідливою для антропоодиниці); 2) перетворені, або вторинні (що з'являються як результат виробничого циклу і, відповідно, можуть бути оптимізовані для вживання кожним з нас).

Класичне правило давнини – «усі ресурси мають розподілятися рівномірно поміж усіма представниками спільноти/людства для подальшого ситуативного використання/застосування» – у сучасну епоху – ХХІ ст. – постає тільки «теоретичним гаслом», яке на практиці реалізоване бути не може через локальні переваги і вигоди одних спільнот порівняно з іншими. Спільноти з відкритим доступом до ресурсів мають на меті залишити за собою право розпоряджання та контролювання швидкості їх вичерпування, проте вони можуть надавати іншим спільнотам обмежений доступ на взаємовигідних умовах залежно від нагальності виниклих потреб. З плином часу потреби антропоодиниці кількісно зростають та перетворюються на індивідуалізовані, але їх усі {або більшість} можливо задовольнити. Потребозадовіль залежить від ресурсів, що передбачені до споживання. Але постає закономірне запитання: що таке споживання?..

3. Сутність споживання чітко окреслити вельми складно, оскільки цей процес укорінений у суспільні практики [5, с. 3], що кожна окремішно презентуватиме тільки деякий його аспект: 1) *використовування дечого* (енергії, їжі, матеріалів); *кількість використовуваного*; 2) *купування та використання продуктів*. Проте первинно бажано розглянути дієслово «споживати», у якому згорнені різні значення: 1) лінгвістичне (у більшості мов – наприклад, українське «споживати», англійське «consume», німецькі «verbrauchen» та «konsumieren», французьке «consommer» тощо – первинне значення пов'язане з насичуванням продуктами харчування {їжею та напоями}); другим значенням фіксують «вико-

ристання дечого вичерпного, особливо ресурсів або енергії» {зауважу – це може бути як повне, так і часткове: «витрачання», «виснажування», «вичерпування»}; а третім значенням постає «купування продуктів та оплачування послуг»); 2) біологічне (українське «споживати» пов'язане з «жити»: «живити організм» або «залишитись живим» через «поглинання необхідного корисного задля продовження функціонування тіла»); 3) економічне (або у виробничому зрізі – це безпосереднє використання/застосування ресурсів для виробництва товарів {продуктів та послуг}, що потенційно задовольнятимуть потреби антропоодиниць; або в інституційному зрізі – це використання окремих функцій деяких феноменів задля оптимізування усієї соціо-системи щодо суспільного балансування; або в індивідуальному зрізі – це задовольнення конкретних потреб антропоодиниць); 4) соціальне (свідоме/вимушене (авто)ранжування антропоодиниць завдяки можливостям доступу до окремого переліку ресурсів переважно через наявність коштів або знань-умінь); 5) культурне (варто розмежувати на «трансльовані спільнотою»{/а/ первинно переліки локаційних нормокодів для вирізняння своїх/чужих; /б/ трансформування й витворювання «сегмент-нарративів», що їх використовували для формування/створення бренду та його оновлювання; /в/ «гра у символи»} та «формовані самим суб'єктом» {для з'яви власного комфортного простору гармоніювання «алгоритмів життєдіяльності», тобто внутрішніх запитів та зовнішніх відповідей}; загалом: спричинювання алгоритмів (за-/де-)кодування, що ілюстровані не тільки феноменами у вигляді продуктів та послуг, але й можливостями «індивідуального формування розвантажувального простору» за власними параметрами) тощо.

Кожне зі згаданих значень можна спростити до окремої формули-прикладу: 1) лінгвістичне ілюструватиме щодо споживання відображене словами – «життєпідтримування», «використання»/«застосування», «купування»/«накопичування»; 2) біологічне залишиться зведеним до «життєпідтримування» як продовження функціонування кожного органічного тіла; 3) економічне акцентуватиметься на окремих та/або комплексних потребозадоволах виробника («виробничий цикл») і потенційного інституційного (створювання векторів розвитку спільноти) та/або індивідуального (багато у чому схоже на «поліаспектність екзистування») споживальника; 4) соціальне уможливуватиме мережу параметрованого ієрархізування Акторів через повне/часткове оптимізоване та/або надмірне потребозадовольнення; 5) культурне може бути зосереджене на трансльованні кодів-нарративів-сміслів (наприклад: спільнотою трансльований

«наратив співака-зірки» окреслюваний як розмежувальний вектор через узвичаєну призму різності дій антропоодниць у професійних ролях «лейбл», «зірка» та «фанат», так само й інтегрувальний вектор через призму співпраці усіх трьох, тобто допомоги в інформуванні, поширенні альбомів, інтелектуальному розвиванні фан-спільноти щодо коректного декодування відеоряду та/або частин інтерв'ю тощо) та/або уможлиблюватиме творче спричинення читаних антропоодницею символів, що поставатимуть багатшаровими й зазвичай неочевидними більшості (наприклад: зірка «А» є «послом люксового бренду», деякі речі якого купує фанат {але не через перспективи змін останнього у соціальній ієрархії, тобто визнання іншими – не у фан-спільноті – своєї платоспроможності як багатого, який вдягається тепер у люксових крамницях} задля «мінімально доступного єднання зі своїм кумиром», або «умовно-спільних спогадів-на-майбутнє», або «нагадування собі щодо власного змінювання», або «простої зміни стилю» тощо). Насправді культурний аспект споживання є найскладнішим, оскільки може бути виключно індивідуально формованим (за параметрами окремої антропоодниць задля неї самої), трансльованим спільнотою (тут: «рішення більшості», яке просто виконуватиме антропоодниця), змішаним у різних пропорціях.

Окрім цього, споживання завжди постає *конкретним* (тобто антропоодниця «споживає дещо»: п'є бутильовану воду, використовує молоток, вдягає на вечірку сукню-футляр тощо) та *цільовим* (тобто спрямованим на досягання окремого планованого антропоодницею результату: для втамування голоду пану Василю ліпше з'їсти тарілку борщу, аніж два пундики; для написання статті за допомогою комп'ютера варто періодично використовувати електроенергію для його підзарядження тощо).

Споживання можна звести до дефініції «використання/застосування ресурсів {первинних та/або вторинних} для задоволення нагальних потреб суб'єкта/суб'єктів». У пропонованій дефініції розмежовані «використання» {тобто разове вживання, завершений потребозадовіл} та «застосування» {тобто ситуативний потребозадовіл з можливістю подальшого послуговування}. Наприклад: використання яблука для поповнення організму вітамінами та мікроелементами можливе тільки як завершений потребозадовіл {тобто після вживання яблука, воно вже не існуватиме, але наша потреба у вітамінах та мікроелементах буде задоволена на певний час}; застосування тертки для отримання тонких шматочків яблука для салату може бути постійно-періодичним {тобто ми «споживаємо» можливість тертки певним способом трансформувати яблуко за нашим запитом}.

Отже, розмірковування Карла Маркса слушні: створені продукти постають доцільно споживаними, «...як елементи для створення нових споживних вартостей, нових продуктів, які можна долучити, як життєві засоби до сфери індивідуального споживання або як засоби виробництва у новий процес праці» [11, с. 167]; якщо наявні продукти «...є не тільки результатом процесу праці, але й її умовою» [11, с. 167], то «...їх долучання до процесу праці, тобто їх контакт з живою працею слугує природним засобом для зберігання та використання цих продуктів минулої праці. Праця споживає свої речові елементи, свій предмет та свої засоби, поглинає їх, а тому постає процесом споживання» [11, с. 167]. Він наголошує на розмежуванні виробничого та індивідуального споживання: «...в останньому продукти споживані як життєві засоби живого індивідуума, у першому – як життєві засоби праці, тобто діючої робочої сили цього індивідуума» [11, с. 167]. Таке розмежування уможливорює інакше розуміння продуктів та результатів споживання: «...продукт індивідуального споживання – це сам споживальник, результатом виробничого споживання є продукт, відмінний від споживальника. Оскільки засоби праці й предмети праці самі вже постають продуктами, праця споживає продукти для виробництва продуктів або користується продуктами як засобами виробництва продуктів» [11, с. 167].

Класично споживання здебільшого витлумачують як один з етапів виробничого циклу: з позиції виробника усі виведені на ринок продукти та послуги мають бути спожиті. Такий підхід вельми проблематичний, оскільки потенційний споживальник переважаний пропозиціями «безтурботності», «щастя», «радості» тощо, які трансльовані рекламними повідомленнями з «правильними» (для виробника) візуально-аудіальними нашаруваннями. Проте споживальник XXI ст. постає доволі вибагливим: його вже не задовольняє «масове виробництво» та «стандартовані рекламні заклики», він має чітке розуміння потрібного/необхідного для себе продукту та/або послуги. Тобто у нас зміщується вектор з «диктату виробника» до «виробляння-на-запит», хоча це потребує окремого дослідження.

Задоволення «стандартних потреб» розширюється через індивідуальні цільові запити, які складно стандартизувати (звісно, у нас будуть «типові споживальники», проте відсоток «інтелектуальних споживальників», тобто «вибагливих», поступово зростає). Споживання завжди було і буде цільовим: чи то стосуватиметься потребозадоволу, чи то «індивідуального комплексного запиту». Питання залишиться відкритим щодо коректного розуміння останнього – чи дійсно згадана «комплексність споживацького запиту» реалізуватиметься сучасними можливостями ринку

(та виробничих циклів). Найяскравіший приклад можна наводити з індустрії розваг: ми відвідуємо кінотеатри не тільки заради веселощів та розвантаження (як це заплановано усіма кіно-виробниками), але й задля відкриття для себе культурних особливостей іншої локації, окремих мовних чи поведінкових прикладів, інакшого (тут: неочевидного для нас) розв'язку складних життєвих ситуацій тощо. Загалом, в індустрії розваг може бути декілька рівнів споживання – за задумом «виробника» (трансльоване повідомлення з використанням сюжету за сценарієм, акторської гри, діалогів тощо), за баченням споживальника (через емпатування: переважно емоційне співпадіння індивідуального переживання із трансльованими переживаннями), «моментне-й-неочікуване».

Таким чином, споживання доцільно розглядати через чинник «реалізованого потребозадоволення»: або ми можемо разово вжити деякі ресурси {переважно харчові та послуги}; або все інше може бути повторно застосоване (і не завжди за первинним призначенням).

4. Три призми споживання: економічна, філософська, культурна. Антропоодинаця завжди адаптує умови свого існування виключно за параметрами «індивідуального комфорту» (зауважу: параметри безпеки мають поставати непорушною нормою соціального простору), проте споживати вона може по-різному.

Економічна призма споживання передбачає і уможлиблює максимізування отримуваної антропоодинацею корисності від будь-якого продукту та/або послуги, проте одночасно забороняє «виходити за межі» пропозиції. Наприклад, з-поміж усіх девайсів у межах ринкової ніші «смартфони» кожен покупець може віднайти «найнаближеніший за очікуваними параметрами» (тут: з максимальним набором функцій для конкретних індивідуальних потреб), проте жоден з нас наразі не може «попередньо перезібрати» смартфон за «своїми очікуваннями-і-вподобаннями», щоб потім придбати його. Дана призма споживання наскрізно практична, оскільки передбачає конкретні дії окремої антропоодинаці {уточнення: типової, тобто дії «узагальненого споживальника»} щодо окремого потенційно споживаного продукту/послуги.

Таким чином, економічна призма споживання випереджає «типові запити споживальників» задля оптимізування процесу виробництва. Для деталізування економічної призми споживання варто у подальшому приділити увагу поведінковій стратегії у економіці, рекламним трендам, «ко-процесам» (спільному споживанню [7], шерингу, рециклінгу, краудсорсингу, краудфандингу або спільнокошту тощо) та ін., що частково перетинаються та впливають на параметри споживання.

Філософська призма споживання робить наголос на усвідомлювано-спонтанних антроподіях, формованих, з одного боку, через урівноваження індивідуальних світоглядних параметрів та загальнолюдських орієнтирів (переважно ціннісно-принципного позитивного спектра), а, з іншого боку, через розуміння перспектив результатів-наслідків від власних (не)діянь. Тобто формування запиту для отримання елемента-на-споживання має попередньо «алгоритмово розгорнутися» у мисленнєвій практиці антропоодинаці з чітким окресленням її індивідуальних відповідей-орієнтирів щодо запитань: «що саме очікуване мною від споживання дечого?», «для чого мені споживати саме це?», «які результати можуть бути отримані мною від споживання саме цього?», «чи можливо мінімізувати негативні наслідки від мого споживання саме цього?» тощо. Проблемність даної призми споживання прихована у балансі усвідомлюваних та спонтанних антроподій, що має ситуативно регулюватися окремою антропоодинацею. Цей баланс здійснюється так само алгоритмово (на перших етапах, тобто за умов перших 10-20 споживань), проте згодом ним має займатися інтуїція (тобто автоматизування процесу буде результатним і вивільнятиме антропоодинацею, проте ускладнюватиме «розгортання обґрунтувань» для уточнень деталей). Усвідомлення буде здійснюватися наперед (як «засновки до роботи інтуїції» або як запит-очікування з чіткими 2-4 параметрами-орієнтирами), проте результат вибору альтернативи виглядатиме спонтанним. Варто розтлумачити: філософська призма завжди є індивідуальною і очевидною (тут: логічною, послідовною, ясною та чіткою) саме для окремої антропоодинаці (тобто вона постає «індивідуальними налаштуваннями окремої антропо-системи»), проте для інших суб'єктів її рішення можуть видаватися алогічними та абсурдними, оскільки їх неможливо відтворити у «повній дискурсивній практиці» (тут: послідовно вивести).

У філософській призмі уможливлені не тільки критеріювання «персонального споживання», але й виявлення параметрів його «розщеплення» на індивідуалізоване (тотожне свідомому) та наджингове (тотожне керованому). У випадку індивідуалізованого споживання антропоодинаця ситуативно вирізняє «складники споживання», проте не зазнає прямого впливання на власне рішення-неприймання від інших (не)антропних феноменів (наприклад, через будь-які варіативи тиску). Натомість наджингове споживання результоване переважно непрямыми спонуканнями до реалізування необхідних суб'єкт-рішень (тобто практиковане «м'яке вигинання антропоодинаці зсередини» може посприяти втраті її індивідуальності [13]). Коли критеріювання споживання постає суб'єкт-узалежним (і, відповідно, автокерована-

ним), то наджингове споживання має бути виявлене і трансформоване через застосовність критичного мислення на усвідомлюване.

Таким чином, філософська призма споживання скеровує кожну антропоодиночку до прагматичного рішення прийняття на засадах індивідуальних зисків (проте із врахуванням майбутніх аспектів спільнотної вигодовості та/або корисності), що сприятиме балансуванню емоційного (тут: моментноподобального) та раціонального (тут: цільового майбутньозастосовного) компонентів.

Культурна призма споживання має, з одного боку, ґрунтуватися на нормах, обставинно випрацьовуваних антропоодиночками, спільнотами та/або суспільством задля оптимізованого поіснування. Варто наголосити на розрізненні: окрема норма – це ситуативно-параметризована поведінкова модель (або паттерн) антропоодиночки (-ь) у інтеракціях; натомість нормополе (або нормове поле) охоплює не тільки переліки прийнятних активованих норм (тут: тих, що досі діють та не є небезпечними для антропоодиночок загалом), але й «моментновикривлених» через непорозуміння-у-інтеракції, оновлених за ситуативними викликами, абсолютно нових (що потребують часу для адаптування), химерних (тут: тенденційних, що ними встановлювана «нова нормальність» задля досягання конкретних цілей/мети в окремій спільноті) тощо. Нормове поле має відбивати співдоповняльність декількох головних аспектів – *соціального* (розуміння власної ролі й можливостей дії; необхідності співпрацювання, прийнятності спільнотної тощо), *етичного* (індивідуально усвідомлені конкретні випадки причин-наслідків відповідно до шкали «добра і зла») та *правового* (індивідуальне утримування від порушення та/або його упередження). Проте насправді кожен з нас паралелізує індивідуальну залежність від окремих норм, передбачених до виконання, та постійне перебування в «м'яко коригованому» нормополі. Парадокс: якщо керуватися причинно-наслідковістю та критичним мисленням, можливо індивідуально ситуативно вигинати як окремі норми, так само й коригувати нормове поле. Тільки необхідно враховувати відтерміновану результатність-й-наслідковість: підсумки «нормовигинання» та/або «нормополекоригування» можуть бути відчутними через декілька місяців або впродовж одного року (за умови соціального та/або суспільного неспротиву).

З іншого боку, культурна призма пов'язувана з межами споживання, тобто з допустимими для суб'єкта (-ів) переважно кількісними параметрами. І тут необхідно враховувати «різницю налаштувань»: моя індивідуальна система координат (тобто: прийнятне виключно для мене) й «спільні

правила гри» (тобто: узгоджені з іншим/іншими параметри взаємодії). От з цього моменту ми й маємо справу з соціальним як таким: воно виникатиме на перетині того, що стосуватиметься не тільки однієї антропоодиночки (тут: у площині перетину інтересів більшості або усіх). Норми неможливо характеризувати безвідносно антропоодиночки: 1) або суб'єкт формує «індивідуальний перелік норм» (як вибіркоче комплектування за (анти)прикладом відомої особистості: «краще до ... мені не вдаватися» та/або «хочу бути схожим на ...») й керується ним, щоб відрізнятись від інших; 2) або антропоодиночка калькує норми більшості, щоб не виокремлюватися (переважно діє як превентивність негативних результатів-наслідків).

Маркер «культурний» поєднує безліч нюансів – від індивідуальних результатів антропоодиночок до галузевих стандартів, від «прийнятої пропорційності» до «творчих відхилень» (за умови неущождення будь-якої антропоодиночки та/або будь-якого органічного), від ситуативного балансування поміж канонічним прекрасним до «толерування інакшості» тощо. Абсурдність творчості може проявитись вельми химерно: уможливлення нового через «порушення цілісності іншого мистецького зразка» (наприклад: аркуші з віддрукованого фотоальбому розриваються, щоб при інакшому поєднанні частин зображень створити новий візуальносприйманий феномен). Мода може так само бути прикладом як «високого мистецтва» (йдеться про створення елементів одягу та/або аксесуарів), так само й «маскульту» (мова про серійне виробництво вдяганок). Проте ніхто не обмежує споживальників вносити коригування: своєрідно поєднувати кольори й фактури тканин, створювати нові стилі через комбінування елементів одягу, видозмінювати готові вироби тощо. Культурна призма споживання сприяє з'яві нового стандарту – унікальності.

Таким чином, культурна призма споживання постає постійним формуванням-оновлюванням нормополя, оскільки останнє не тільки включає переліки принципів, паттернів, правил та інших дієпроявів антропоодиночок, але й передбачає їх «м'яке коригування» задля оптимізованого поіснування антропоодиночок. Виникає інше питання – чи дійсно «м'яке коригування норм» унеможливить їх суспільне та/або індивідуальне несприймання й невиконання? Відповідь буде парадоксальною: з позиції здорового глузду більшість оновлень будуть заперечені й відкинуті, проте з позиції «галузевого прагматизму» частина оновлених/нових норм буде впроваджуватись поступово (хоча здебільшого результати-й-наслідки від їх впровадження будуть негативними).

Загалом, кожну з призм споживання можна «обмежити» окремим питанням та відповідним «головним вектором»: «що саме споживати?»

спрямовує до ресурсо-вектора (економічна призма); «яким чином споживати?» акцентує нормо-вектор (культурна призма); «чому дещо споживається?» (варіатив: «для чого дещо споживається?») активує вектор причинно-наслідковості (філософська призма). Останній вектор постає «згорненим»: ним не тільки окреслюють точки початку та завершення будь-якого феномена, але й можливі цілі та способи результування (як отримувати відразу після дії, так само й у форматі наслідку «як результатного відлуння»).

5. Антропоспоживання: вихідні параметри. З одного погляду, поняття антропоспоживання має доволі «негативний» смисл: використання людського створіння як «окремого засобу для розв'язання ситуативних запитів інших», що постає закономірним аспектом поіснування суб'єктів. Проте у реальних ситуаціях антропоспоживання дуалізують на аспекти: 1) «я споживаю» (тобто що саме може бути споживане мною та іншими мені подібними; параметри автоспоживання); 2) «споживання щодо мене» (тобто параметри та алгоритми, за якими можливе «споживання мене»). Коли замірковуватись щодо сутності самого поняття «антропоспоживання», то його переважно розтлумачують через тезу «що саме і яким чином може споживати людина» з «очевидними варіантами» – «харчові продукти, енергію, матеріали, послуги тощо», тобто людина споживає дещо ресурсне, яке сприяє/сприятиме її підживлюванню задля подальшого {переважно тілесного} функціонування. Проте аспект «споживання мене» поставатиме не стільки неочевидним, скільки химерним, адже спричинюватиме своєрідний спротив – «людина – це не яблуко або тарілка каші!». Хоча активізовані у соціо-просторі процеси – прижиттєве/посмертне донорство, евтаназія, сурогатне материнство, «дані біометричного ідентифікування» («голосовий зліпок», відбиток пальця тощо), «відкриті протоколи наукових даних» (наукові дослідження та доступні-для-ознайомлення публікації), «несценарійовані перформанси» тощо – ілюструють зворотне.

Більшість обставин та ситуацій сучасності зорієнтовують кожного з нас на необхідність формування «персонального безпекового простору», який не тільки стосується наших біологічних аспектів, але й включає обов'язковими частинами соціальні аспекти екзистування. Іншими словами: допуск до згаданого «персонального безпекового простору» деякі антропоодиноці можуть як отримати {на певний час або на постійно}, так і втратити. Допуск та його отримання і постає соціальною проблемою, оскільки алгоритми довіри відкориговуються до мінімуму, проте це потребує окремого дослідження.

З іншого погляду, антропоспоживання є «стандартом сучасності»: ми вжиткуємо усе {від при-

родних елементів, частину з яких переробляємо, до собі подібних у (не)стандартний спосіб}, проте за потреби можемо «вигинати» етичні параметри з дивним «заспокійливим маркером» – «я не проти подібного, аби досягнути бажаного» {але разом з тим: «подібне не практикуватиму, якщо запропонують», оскільки «це суперечить моїм світоглядним орієнтирам» або «я до такого ще неготова/-готовий»}. Закономірно виникатиме момент «меж легальності» щодо антропоспоживання.

6. Сутність антропоспоживання можна виявити як через блоки, так само й через рівні, у яких задіяні дві антропоодиноці й більше {тут розрізнявані Актори та ролі: «Я» – переважно споживане, ситуативно споживальник; «інший»/«інші» – переважно споживальник (-и), ситуативно споживане (-и); автоспоживання може бути активоване або автоматично (тут: завжди увімкнене), або за потреби (тобто ситуативно)}. *Блоки антропоспоживання*, що формовані за принципом «дозвільність»/«доступність»: 1) автоматичний (дозвіл споживаного непотрібний); 2) частково відкритий (дозвіл отримуваний на запит споживальника); 3) відкритий (виключно за бажанням споживаного); 4) закритий (виключно за бажанням споживаного). *Рівні антропоспоживання*: 1) сенсорний (домінування візуального сприймання, але за можливості може бути активований «повний доступ»); 2) вербальний (результат комунікативного інтераціювання); 3) емоційний (співналаштування та/або співпереживання суб'єктів); 4) інтелектуальний (розуміння іншого-та/або-себе через паралельне пряме/опосередковане розкодовування/«зчитування»).

Сучасність зорієнтовує антропоодиноць на «спрощений варіант споживання» – переважно через «обмежену сенсорність» (з домінуючим акцентом на візуальності) та «керованою емоційністю» (розробленими алгоритмами у межах сегмент-груп та більшості споживальників). Контентовиробники користаються вербальним рівнем виключно як допоміжним до сенсорного та емоційного, проте у окремих випадках може бути застосоване «кодування» з «елементами інтелектуалізму» (переважно в індустрії розваг – зокрема музичні кліпи деяких виконавців та/або груп як «зафіксований розрив» візуального, смисло-текстового та символізувального).

Візуальне споживання є невід'ємним від кожного з нас, проте і тут мають бути свої обмеження: «споглядання краси» і «поглядпроникнення у красу» – два різних вектори. Якщо «споглядання краси» це дивування та ситуативне насолоджування нею, то «поглядпроникнення у красу» постає своєрідним «маніакальним випиванням» (як дементори у світі Гаррі Поттера) того, що кваліфіковане окремою антропооди-

ницею прекрасним за індивідуальними параметрами. Насолода в моменті переважно розвиває суб'єктів (як носія краси, так само і її споживальника). Проте «поглядопроникнення у красу» є не тільки своєрідним втручанням у індивідуальний простір споживаної антропоодиноці (споживальник прагне дізнатися яким чином настільки прекрасне було уможливлене), але й каталізуванням чинника володіння (тобто зривання у думці «хочу мати постійний доступ» перетворюється на конкретні дії).

Таким чином, окрема антропоодиноця «відкриває доступ до себе» виключно для тих, хто подібний до неї – за звичками, вектором життя, поглядами, діями, світоглядними орієнтирами. Але за умови «персональної кризи» кожен з нас шукає певний «каталізатор щастя/радості» {тут: те, що співпадає з персональним запитом-в-моменті антропоодиноці}, завдяки якому можна «перезапуститися» та/або «перезарядити батареї» задля подальшої життєдіяльності.

7. Людина як ресурсокомплект постає не менш хитким для розтлумачення конструктом, оскільки її можливо сприймати і як «перелік розвивальних потенційних автозастосувань» (тут: «цільове тлумачення», або «позитивне тлумачення»), і як «ситуативні складники-на-запит інших» (тут: «засібне тлумачення», або «негативне тлумачення»). У першому випадку людина повністю керує своїм життям: вона може самовдосконалюватись через потреби, що періодично виникають у буденному та/або професійному життєпросторах; вплив інших антропоодиноць є радше фоновим з позиції рекомендації та/або висловлювання альтернативних бачень як перспективних – але не обов'язкових – розвивальних векторів. Натомість у другому випадку людина постає радше «невичерпним джерелом розв'язку окремих проблем інших антропоодиноць», тобто її використовують або як «один концентрований засіб» для реалізуваня власних забаганок, або як «періодично застосовне функційне створіння для додання критичних/кризових ситуацій».

Ресурсокомплектність антропоодиноці можна звести до декількох варіативів: тілесного, комунікативного, інтелектного, комбінованого й повного.

Тілесний ресурс є найочевиднішим та найпростішим: тіло антропоодиноці може бути використане іншими як загалом (наприклад, для сурогатного материнства та/або як «органічний інкубатор» у випадку необхідності довиношування плоду), так само і частинами – гемопоетичні стовбурові клітини {HSC}, живі тканини та/або органи (наприклад, у випадку прижиттєвого/посмертного донорства), біометричні дані (тобто оцифровані відбитки пальців, «голосові зліпки», колір та малюнок сітківки ока, малюнок

вен окремих ділянок тіла, геометрія кисті, будова обличчя, особливості поведінки тощо) та ін. Біологічними параметрами тіла окреслені «перспективні аспекти корисності антропоодиноці». Ці параметри можуть бути тільки підтримуваними на належному рівні, проте «функційно поліпшити їх неможливо» {сучасна медицина наразі пропонує тільки «косметичні зміни тіла»: візуально бажане/необхідне, проте абсолютно нефункційне коригування завдяки пластичній хірургії}. Соціальні параметри тіла (тобто тілесність) можуть не тільки набуватися, але й передбачають постійне оновлювання/вдосконалювання: формовані навички та уміння відпрацьовуються задля подальшого ситуативного застосування. Таким чином, згода на використання іншими тіла окремої антропоодиноці як ресурсу поставатиме або усною, або документованою, але у випадку останнього «умови угоди» можуть бути «раптово заперечені й припинені» без враховування автоматично активованих правових наслідків.

Антропоодиноця як комунікативний ресурс передбачає не тільки практики спілкування (тобто уміння говорити, слухати та паузувати), але й влучне застосування мовоодиноць, риторичну майстерність, транслювання (не)кодованих повідомлень тощо. «Комунікативний виклик іншого» залучає емоції потенційно споживаного: найпростіше спричинити у антропоодиноці негативні емоції через сугестивні практики та токсичну поведінку, а також необґрунтовану критику, страхання, транслювання ненависті тощо; проте підтримування емоційного співналаштування є складнішим, оскільки потребує періодичного оновлювання зацікавленості дечим близьким для споживаного. Коли Моріс Мерло-Понті наводить приклад різного реагування японця та «західняка» {un occidental} на одну й ту саму ситуацію, він зауважує: «... різність міміки приховує різність самих емоцій. Це не тільки узалежнений від тілесної організації жест, це сам спосіб прийняття ситуації й проживання її {la manière même d'accueillir la situation et de la vivre}» [12, с. 220], й далі – «... Двом свідомим суб'єктам недостатньо мати однакові органи та однакову нервову систему задля передавання однакових емоцій однаковими знаками. Важливим постає спосіб використання свого тіла: це одночасне формування їхніх тіл та їхніх світлів під впливом емоції» [12, с. 220]. Тобто комунікація зорієнтовує антропоодиноць на обопільне залучання через практикування вербального, невербального та паравербального компонентів. Запрошення до комунікування завжди передбачає згоду: у випадку незгоди на інтеракціювання споживана антропоодиноця практикуватиме мовчання, що більшістю – ситуативно – вже не сприйматиметься як «згода на пропонуване іншими», а радше як очевидне «антропоодиноця

паузує» або навіть як «м'яке самоусунення антропоодиноці» з «комунікативного поля». Відповідно, змушування до комунікування можна регулювати мовчанням одного з учасників (переважно споживаного).

У випадку розгляду *антропоодиноці як інтелектного ресурсу* увага акцентована не стільки на «функційних можливостях інтелекту» (тобто конструюванні ідей, логічних операціях, когнітивних процесах, інтуїції тощо), скільки на результатності інтелекту, який проявлятиметься у вигляді готових рішень та/або розв'язків ситуативних утруднень в-моменті. Тут поставатиме унікальна ситуація, оскільки доступ до інтрареальності є регульованим та контрольованим кожною антропоодиноцею: сама свідомість {за умови коректного налаштування} може відфільтрувати небезпечне й кваліфікувати його автоматично як «другорядне й неважливе», що не варте уваги. Інтелект не тільки має справу з мисленнєвістю загалом, але й ґрунтований на духовності, тобто умінні окреслювати рамки дій інших та тримати себе у межах людського. Натомість активування інтелектуальності-на-запит споживальника може викликати «мовчазний спротив» антропоодиноці, яка своєю бездіяльністю (або заперечувальними діями) блокуватиме запит на споживання іншими власного інтелекту.

Комбінований варіатив є своєрідним гнучко-відсотковим поєднанням базових головних ресурсів антропоодиноці (тілесного, комунікативного та інтелектного), що розглядати не так просто.

У повному варіативі ресурсокомплектності антропоодиноці задіяні усі її унікальні суб'єкт-параметри, що трапляється або за умов постійного-та-періодичного самовдосконалювання, або через унікальні налаштування окремого організму.

Загалом антропоодиноцю можна розглядати як своєрідний *ресурсо-конструктор*: запит на окремий прояв ресурсності може бути реалізований тільки за персональної згоди антропоодиноці {наразі я омину увагою чи є це її «свободним та/або вільним вибором», чи «вимушеною згодою, що постульована іншою антропоодиноцею та/або спільнотою»}, або за умови обопільної угоди. Зиски від антропоспоживаності здебільшого варіюватимуться від *фінансових* (у випадках ресурсоспоживання: тілесного {використовуваного як органоконкомплект}; комунікативного {допоміжного для «отримування домінування» у антропоінтераціях}; інтелектного {застосовуваного для віднайдення оптимального виходу з кризової/критичної ситуації за допомогою миттєвого рішенняприймання} тощо) до *насолоджувальних* (у випадку ресурсоспоживання: тілесного, що використовувався функційно; комунікативного як комбінованої застосовності мовоодиноці та

індивідуальних можливостей голосу {тембру, темпу, висоти та ін.}; інтелектного як «миттєвого (пере)налаштування на іншого» задля продовження інтеракціювання або «влучного припинення гри» тощо).

8. Прикінцеві тези. Жодна антропоодиноця не може задовольнити усі потреби іншого суб'єкта через постійну обопільну змінюваність: запитувальник/споживальник завжди бажатиме більшого, проте відповідач/споживаний може «припинити гру» за будь-якої миті. Саме у цьому й полягає різність розвитку антропоодиноць: одні й ті самі вихідні умови та/або зовнішні ресурси активуватимуть різні «внутрішні параметри» щодо їх оброблення та подальшої застосовності.

Так, дійсно: антропоспоживання – це не тільки переліки «дозвільних меж», але й повага до себе, що може бути презентована абсурдним для іншої антропоодиноці та/або спільноти рішенням – просто зупинитися {саме не «грати до останнього аргументу», а «самозберегтися для себе»; й не заради схвалення іншими, а виключно для власного балансу}. З економічного погляду, індивідуальна рівновага – це «допустиме гармоніювання» витрат виробника та насолоди споживальника з врахуванням співвідношень ціна-якість та раціональне-емоційне. З культурного погляду, індивідуальна рівновага – допустимі {тут: обопільно прийнятні} межі антропоспоживання (як з боку дозвільності потребозадоволу, так само й з боку запиту-на-потребозадовіл). А от з філософського погляду, і запити на потребозадовіл, і параметри індивідуальної рівноваги визначає антропоодиноця: бажано кожна {і запитувальник/споживальник, і відповідач/споживаний}, але у більшості випадків вирішальне слово залишається за відповідачем {тобто тим, кого мають намір спожити}.

Висновки. Межі (антропо)споживаності «задає» не спільнота, оскільки для неї вигодові «високі показники» {шляхи досягання яких неважливі}; радше конкретна антропоодиноця визначає персональні параметри використання-та-застосовності.

Проблема сучасних антропоодиноць не стільки у тезі «що саме споживати?», скільки у формуванні дієвого алгоритму «яким чином споживати усвідомлено?» та його застосуванні. Згадане «споживати усвідомлено» постає «індивідуальним цільовим вектором», ситуативно випрактикованим кожним з нас. Цілі будуть різними {формованими на-запит будь-якої антропоодиноці}, але кожна з них має бути прикладною для суб'єкта {розвивати, допомагати, убезпечувати, комфортизувати тощо}. Індивідуалізованість споживання формуватиме «новий виробничий тренд» – продукування-на-запит-споживальника, що поступово заміщуватиме «масове виробництво». Останнє

залишитися активним тільки для «вітальних продуктів-та-послуг». «Продуктування-на-запит-споживальника» – це спрощений та удоступнений «преміум сегмент» {якість є середньовисокою, а от функції будуть вибірковими}: продукт/послугу можливо самостійно скомплектувати, а її вартість буде прийнятною для «середнього гаманця» {в межах \$ 100–150 або 5000–6000 грн.}.

(Антропо)споживання – це не тільки «яким чином» і «скільки», але й про чіткі межі: саме мої індивідуальні межі відповідальності до себе через дозволи для іншого; а також межі толерування дій інших загалом. Мовчазна згода, яку ми практикуємо через тезу «аби чого не унаслідкувалось негативного», результована прикладами індивідуального антропозаперечення (ми дозволяємо іншим збиткуватися з нас через їхні виправдання статусністю, посадами, підтримкою тощо, проте одночасно ми не заперечуємо наше знищення). Чи існує вихід? Так, але вектор виходу має бути обраний: 1) зміна парадигми поіснування; 2) зміна громади; 3) бунт; 4) змирення з визначеними для себе перспективами; 5) «оптимальний моментний розв’язок».

Перспективи подальших досліджень, з одного боку, обмежені пропонованим дослідженням (через подальшу необхідність деталізування варіативності (антропо)споживання за викликами часу та/або оновленням «переліку антропозабаганок»), але, з іншого боку, авторський текст уможливує формування дискусійного простору щодо уточнення презентованих моментів (особливо у векторі трансформувань антропоодиниці через трендові виклики діджитальності) та дотичних до теми аспектів.

Література

1. Арістотель. Нікомахова етика / Αριστοτέλης. Ηθικα Νικομαχεια / Переклав з давньогрецької Віктор Ставнюк. Київ: Аквілон-Плюс, 2002. 480 с.
2. Baudrillard J. La société de consommation: ses mythes, ses structures. Paris: Éditions Denoël, 1970. 326 p.
3. Beyond Consumption: India's New Middle Class in the Neo-Liberal Times. Edited by Manish K. Jha and Pushpendra. London and New York: Routledge, 2022. 290 p.
4. Bourdieu P. La distinction: Critique sociale du jugement. Paris: Les Éditions de Minuit, 1979. 690 p.
5. Dunn R. G. Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society. Philadelphia: Temple University Press, 2008. 258 p.
6. Fatal Consumption: Rethinking Sustainable Development. Edited by Robert F. Woollard and Aleck S. Ostry. Vancouver and Toronto: UBC Press, 2000. 280 p.
7. Felson M., Spaeth J. L. Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach. *American Behavioral Scientist*. 1978. Volume 21, Issue 4. P. 614–624. URL: <https://doi.org/10.1177/000276427802100411>
8. Hiller A., Goworek H. Ethical Consumption: A Research Overview. London and New York: Routledge, 2023. 90 p.
9. Kant's gesammelte Schriften. Band 4: Kritik der reinen Vernunft (1. Aufl.). Prolegomena. Grundlegung zur Metaphysik der Sitten. Metaphysische Anfangsgründe der Naturwissenschaft. Berlin, Boston: De Gruyter, 1911. 662 S. [Reprint: 2021]. URL: <https://doi.org/10.1515/9783112610060>
10. Kant's gesammelte Schriften. Band 5: Kritik der praktischen Vernunft. Kritik der Urtheilskraft. Berlin, Boston: De Gruyter, 1913. 548 S. [Reprint: 2020]. URL: <https://doi.org/10.1515/9783112348185>
11. Marx K. Das Kapital. Kritik der politischen Oekonomie. 1. Band. Druckfassung 1890. *MEGAdigital. Ökonomische Texte von Karl Marx im Internet*. Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften & TELOTA, 2012. URL: <http://telota.bbaw.de/mega/>
12. Merleau-Ponty M. Phénoménologie de la perception. Paris: Gallimard, 2001. 554 p.
13. Sunstein C. R. Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations. *Yale Journal on Regulation*. 2015. URL: <https://ssrn.com/abstract=2551264>
14. The Interdisciplinary Science of Consumption. Edited by Stephanie D. Preston, Morten L. Kringelbach, and Brian Knutson. Cambridge, Massachusetts & London, England: The MIT Press, 2014. 342 p.

Анотація

Діденко Л. В. Філософсько-економічні параметри (антропо)споживання: від потребозадоволу до індивідуальної рівноваги. – Стаття.

Розглянуто споживання та антропоспоживання як конструкти соціальних практик через економічні (класичні) та філософські (сучасні) параметри.

Споживання можна дефініціювати через «використання (тобто завершений потребозадовіл) та/або застосування (тобто ситуативний потребозадовіл) ресурсів для задоволення нагальних потреб антропоодиниці». Запитом на споживання постає потребозадовіл, а його передумовою – ресурси. Класичні аспекти споживання конкретизовані через дієслово «споживати» (наприклад, українське «споживати», англійське «consume», німецькі «verbrauchen» та «konsumieren», французьке «consommer» тощо) та варіативність його значень (лінгвістичного, біологічного, економічного, соціального, культурного) з формулами та прикладами. Споживання завжди є конкретним («споживають дещо») та цільовим («споживають задля отримання деякого результату»). Необхідно розмежовувати три призми споживання – економічну («що саме споживати?»), культурну («яким чином споживати?») та філософську («чому дещо споживається?» або «для чого дещо споживається?»).

Антропоспоживання натомість розуміється подвійно: 1) «я споживаю» (споживане мною, антропоспоживання); 2) «споживання щодо мене» (споживання мене). Сутність антропоспоживання виявлено через блоки та рівні. Блоки формовані через параметр «дозвільність»/«доступність»: 1) автоматичний (дозвіль споживаного непотрібний); 2) частково відкритий (дозвіль отримуваний на запит споживальника); 3) відкритий (виключно за бажанням споживаного);

4) закритий (виключно за бажанням споживача). Рівні антропопоживання: 1) сенсорний (домінування візуального сприймання, але за можливості може бути активований «повний доступ»); 2) вербальний (результат комунікативного інтераціювання); 3) емоційний (співналаштування та/або співпереживання суб'єктів); 4) інтелектуальний (розуміння іншого-та/або-себе через паралельне пряме/опосередковане розкодовування/«зчитування»).

Сучасні суспільні тренди розуміють антропоодиночність як ресурсокомплект (тілесний, комунікативний, інтелектуальний, комбінований, повний). Проте кожен з нас має самостійно й свідомо окреслювати «дозвільні межі» для збереження своєї унікальності та подальшого самовдосконалення.

Ключові слова: філософія, споживання, антропопоживання, (антропо)споживання, потреба, потребозадовіль, ресурс, праця, виробництво, використання, застосування, культурна призма споживання, людина як ресурсокомплект.

Summary

Didenko L. V. Philosophical and Economic Parameters of (Anthropo)Consumption: from Needs Satisfaction to Individual Equilibrium. – Article.

Consumption and anthropoconsumption are examined as the constructs of social practices through economic (classical) and philosophical (contemporary) parameters. Consumption can be defined as the ‘use (i.e., completed need satisfaction) and/or application (i.e., situational need satisfaction) of resources to satisfy the urgent needs of the human being’. Demand for consumption arises from the need satisfaction, with resources as its prerequisite.

Classical aspects of consumption are specified through the verb ‘to consume’ (for example, Ukrainian ‘споживати’/‘spozhyvaty’, English ‘consume’, German ‘verbrauchen’ and ‘konsumieren’, French ‘consommer’, etc.) and the variability of its meanings (linguistic, biological, economic, social, cultural) with formulas and examples. Consumption is always specific (‘consume something’) and purposeful (‘consume for a certain result’). It is necessary to differentiate three dimensions of consumption – economic (‘what to consume?’), cultural (‘how to consume?’), and philosophical (‘why is something consumed?’ or ‘for what purpose is something consumed?’). The individualization of consumption will form a ‘new production trend’ – on-demand-production – which will gradually replace ‘mass production’. The latter will remain active only for ‘essential products and services’.

Anthropoconsumption is understood dually: 1) ‘I consume’ (self-consumption included); 2) ‘consumption of me’. The essence of anthropoconsumption is revealed through blocks (according to the ‘permissibility’: automatic, partially opened, opened, closed) and levels (sensory, verbal, emotional, intellectual).

Social trends of contemporaneity perceive the human being as a resource set (physical, communicative, intellectual, combined, complete). However, each of us must independently and consciously define the ‘permissible boundaries’ to preserve our uniqueness and further self-improvement.

Key words: philosophy, consumption, anthropoconsumption, (anthropo)consumption, need, needs satisfaction, resource, labor, production, use, application, the cultural dimension of consumption, human as a resource set.