

УДК (1+3):(572.5+330.14)

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v055.2025.9>

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

ТІЛЕСНИЙ КАПІТАЛ: ФІЛОСОФСЬКА ОСНОВА ІНДИВІДУАЦІЇ VS «КУЛЬТ(УРА)» СТРАТЕГІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Зауваги: 1) *пунктуаційна* – через {...} подані мої власні роз'яснення-й-уточнення у тексті, а через {«...»} зазначені оригінальні мовоодиниці у перекладених частинах цитованих текстів; 2) *антропонімна* – усі імена-та-прізвища транслітеровані за фонетичним підходом (з переважним збереженням автентичних подвоєнь); 3) *перекладацька* – цитовані частини з іноземномовних джерел наведені у моїх авторських формулюваннях; 4) *акцентувальна* – пропонуване дослідження написане з власного досвіду (через антропоодинацове трансформування – від пережитого подвійного «стирання ідентичності» у приватній та професійній площині до активування Автор-сценаріювання); 5) *присвячувальна* – тим, хто мене кінцугіював.

Актуалізування дослідження. Тілесний капітал спричинює своєрідний «дослідницький парадокс»: зацікавлені темою/питанням вважають, що «йдеться про доволі нескладне утворення» (хід їхньої думки спрощений до тез: «наявна людина, у неї є тіло, через яке можна отримати прибуток», а от «у який спосіб – це вже деталі»); натомість після опрацювання хоча б декількох аспектів (зокрема поняття «тіло» та утвореного від нього поняття «тілесність») виникатимуть утруднення, найочевиднішим висновком з яких буде – «тіло антропоодинації є індивідуально налаштовуваним комплексом».

Проблему дозволю собі окреслити начерково: тіло сучасної антропоодинації – це {виявляється!} вже не її «прерогатива» – за нас вирішують маркетингові алгоритми {який з кольорів або їх поєднання превалює, які процедури допоможуть не старіти, як правильно прикрашати себе, що вдягнути для кращого кар'єрного просування, як зробити власне тіло зисковим тощо}, проте жоден з них не має аргументованої відповіді на просте запитання – «а якщо мені не сподобається отриманий результат?..». Стратегійність у економічному соціосегменті таким необтяжена: значимим постає виключно прибуток як результат, а не наслідки для «якихось там окремих кількох антропоодинацій» як пострезультатний синдром.

Пропонуваний текст не є виключно «голим теорезисом» і «підсумками-ремарками з праксис-площин» {через цитування й коментування думок-підходів різногалузевих колег-дослідників}. Радше це моя спроба по-філософському «наголосити, щоб замислилися», і через автопрактику запропонувати орієнтир для читальників щодо переглядання свого зв'язку із власним тілом {а, можливо, навіть «оновлення доступів» інших до власних «ключових точок»}, щоб остаточно не втратити своєї унікальності.

Рівень розроблення проблеми – частковий: наявний запит на тему та її «складники», проте дослідники більше роблять акцент саме на сегментному деталізуванні аспектів тіла, тілесності, капіталу через вже відомі призми філософування {феноменологічну, структуралістську, психоаналітичну, комунікативну тощо} або «фахові контексти». До прикладу: (між)галузеві дослідники соціосегментів «...дедалі частіше звертаються до тіла, і зокрема його візуальних характеристик {«visual appearance»}, аби осмислити соціальні нерівності в сучасних суспільствах. Багато хто вважає метафору капіталу П'єра Бурд'ю корисною для пояснення зв'язковостей між нерівністю та тілом або зовнішнім виглядом» [34, с. 23]. Тіло і/або його певна (-і) частина (-и) здавна брали участь у трудовій діяльності для створення продукту чи надання послуги, а значить і його вартості як основи ціни, важливої та необхідної для обміну. Сьогодні тіло антропоодинації приносить матеріальний і/або символічний зиск, а не тільки і не стільки постає одним з чинників виробництва.

Теорезис сформований через політекономічне розуміння капіталу як відтворюваного і самозростаючого ресурсу {Карл Маркс [37]; апелювання до форм капіталу {П'єр Бурд'ю [15]; а також нюансування тілесного капіталу {П'єр Бурд'ю [11], Лоїк Вакан [51], Кетрін Коннелл та Ашлі Мірс [20], Ашлі Мірс [39], Ашлі Мірс та Вільям Фінлі [42], Дейвід Хатсон [32]} та його видів – гендерного {Джудіт Батлер [18; 17], Тристан Бриджес [16], П'єр Бурд'ю [12], Рейвін Коннелл [21], Террі Лавелл [35], Леслі МакКолл [38], Константіноус Поломаркакис [45], Беверлі Скеггз [50]}, фізичного

{П'єр Бурд'ю [14; 13], Лоїк Вакан [51], Ашлі Мірс та Вільям Фінлі [42], Дейвід Хатсон [31], Крис Шиллінг [47–49]}, естетичного {Таммі Андерсон та ін. [5], Олуакемі Балогун [7], Жан Бодріяр [10; 9], Найомі Вулф [52], Гіда Кукконен [34], Ашлі Мірс [39–41], Ашлі Мірс та Вільям Фінлі [42], Кетрін Хакім [28; 29], Сілвія Холла і Хіселінде Кайперс [30]}, еротичного {Жорж Батаї [8], Жан Бодріяр [10; 9], Адам Грін [24–26], Дана Каплан і Ава Іллуз [33], Роберт Майкл [43], Джон Мартін та Метт Джордж [36], Кетрін Хакім [27–29], Линн Чансер [19]} та ін.

Аналіз концепцій тілесного капіталу уможливив висновування: 1) наразі це площина-в-розроблянні {актуальна, але не проста для міждисциплінарних досліджень; з багатьма «білими сегментами», відкритими з певних причин та/або неоднозначними для розгляду}; 2) наявні дослідження більше галузеві – вузькоспрямовані {через складність переходів та полісимволістичність опрацьовуваних аспектів дослідники апелюють до окремих проявів тілесного капіталу, проте не розглядають його антропооснови – тіло, тілесність, зв'язки з індивідуальною свідомістю та площинною несвідомого, наприклад}; 3) домінантні вектори формують і–задають не українські вчені {на 2025 рік ніхто окремо не приділяє увагу поняттю, концепту і/або конструкту «тілесний капітал», хоча останній періодично згадують у тематичних розвідках щодо екзистенції, феноменологічних та/або феміністичних студій, питань гендеру тощо}; 4) науково-культурний спадок обмежує фахівців і щодо лексики {«як взагалі писати про таке? Це ж очевидне!»}, і щодо власних бар'єрів неприйняття {«це занадто особисті моменти...»} та ін.

Через подібні «робочі орієнтирні точки» у мене виникла дилемма: з одного боку, сучасна антропологія «дозволяє» усім індустріям використовувати власне тіло {дане їй від народження у приватне користування!} для «експериментувального покращування» {без жодних гарантій}; а, з іншого боку, вона водночас соромиться окреслити чіткі межі, відсутність яких сприятиме її деіндивідуалізації {по всіх напрямках одночасно}.

Теоретико-практичні параметри наукової новизни зумовлені: 1) першорозглядом видів тілесного капіталу у нюансуванні через міждисциплінарну та поліаспектну призми; 2) формулюванням теми пропонованого дослідження {що є новим кроком як для мене, так само й для вітчизняної філософсько-культурологічної спільноти: мої попередні дослідницькі зацікавлення метафізикою, онтологічними питаннями, екзистенцією [2; 1], (антропо)споживанням [4] та капіталом [3] вже відомі колегам через мої публікації і виступи на наукових заходах}; 3) структурою пропонованої

розвідки {тобто пунктами розгляду теми}; 4) потребою оновлення–та–збагачення україномовного філософського дискурсу тематичними лінгвоодинаміями {які конкретизують конструкт «тілесний капітал» та його види через їх змістоуточнення та контексти застосовності}.

Мета дослідження: охарактеризувати тілесний капітал через призму філософії та суспільних наук. **Дослідницькими завданнями** постають: виявити з яких складників формований тілесний капітал; витлумачити тілесний капітал через вектор-формули; охарактеризувати кожен з видів тілесного капіталу – гендерний, фізичний, естетичний, еротичний; нюансувати маркетингові аспекти тілесного капіталу через призму філософії з окресленням небезпек для антропоодинамії.

Методологію пропонованої розвідки вибудовано на поєднанні підходів {галузевого, міждисциплінарного}, принципів {історизму, цілісності, умовної об'єктивності, причинно-наслідковості, обґрунтованості, квадролексу}, якісних методів {реконструювального, аналізуювального, синтезуювального, герменевтичного, структурного, прагматичного, феноменологічного, компаративного, розмірковувального, квадролексного тощо}.

Результати дослідження презентовані далі у тематичних пунктах та авторських розтлумаченнях.

Конструкт «тілесний капітал»: від філософсько-культурної основи до мультиаспектної керованої зисковості. Сучасна антропоодинамія перебуває на роздоріжжі соціосегментних запитів та індивідуальних траєкторій. Варіативні можливості більше розпорошують її увагу, аніж допомагають визначитися з векторованістю рішень та дій. XX ст. акцентує капітал не просто як дещо зовнішнє та антропокероване: радше навпаки – більшість маркетингових стратегій розглядають антропоодинамію як об'єкт споживчого використання [4] для капіталізації.

Тіло – один з небагатьох виключно антропних ресурсів, який можливо нескінченно параметрувати та ситуативно адаптовувати. Тіло антропоодинамії після народження сенсорно активують батьки через дотики та обійми, що сприяє розвитку чуттєвого сприйняття через шкіру {орієнтовно до 5 років дитина узв'язкована зі своїм тілом повністю, проте її свідомість ще ненаповнена і відповідно тілесність постає радше інтуїтивною за формулою «це мені невідоме, але цікаве, тому я робитиму так»}. Потім упродовж існування антропоодинамії її тіло поступово деактивують через комунікативні практики зламу {демотивування, знецінювання, жахання} та дисциплінування {відповідність нормативним параметрам}.

Капітал у контексті пропонованого дослідження розуміється як самозростаючий ресурс

{тобто саме у політекономічному аспекті, що деталізований у теорії Карла Маркса [37]}.

Саме через врахування зазначеного феномену і поняттєво спричинений *тілесний капітал* {франц. «capital corporel» [11, с. 227, 239]; англ. «bodily capital» [51; 32; 20; 39; 42]}, який охоплюватиме чотири аспекти: 1) у вимірі тіла {як матеріальної/фізичної основи існування – організму, тобто біопараметрів переважно}; 2) у вимірі тілесності {як соціокультурно векторованих, але індивідуальнопроживаних тілопроявів}; 3) у вимірі ресурсу {як задіюваного потенціалу у соціосегментних практиках}; 4) у вимірі рішеннєвої автономії антропоодиночності {тобто визначення прийнятних меж власної участі та (не)згоджування на зовнішні капіталізувальні пропозиції}. Тобто: сутнісне ядро тілесного капіталу складає переважно тіло {або тілесність у деяких окремих випадках}, яке постає акцентованим за рахунок «маркерів» {на основі яких формовані види тілесного капіталу – гендерний, фізичний, естетичний, еротичний}. Для кожного виду тілесного капіталу властиві дві головні ознаки – кумульованість та конвертувальність {у варіативи капіталу, у типи людського капіталу, а також у інші види тілесного капіталу}.

Сутнісно тілесний капітал не тільки наголошує на *перехідності власних видів* {та їх головних компонентів}, але й нечітких межах візуальної привабливості {краси тіла}, соціонормування {через гендер}, видимості владарювання {через ранжування доступів до найзисковішого тіла та/або його функційності, через розподіляння отриманих прибутків} і приватності {як простору індивідуальних ситуативних пере(про)живань}. Впродовж ХХ ст. та частини ХХІ ст. теза «чому прес важить більше за диплом» набула значимості: зовнішність у соціосегментах вважають перспективнішою за інтелект. Теоретично тілесний капітал – це філософська інвестиція культури; проте практично інтелект потребує не менше уваги {ба більше: прагматично він продуктивніший та прибутковіший за умови порційного та мультипідходового розвитку}.

За ситуативними соціосегментними результатами та наслідками тілесний капітал наголошує на парадоксах через контекстуальне культурограння. Останнє можливо зафіксувати через окремі *вектор-формули кожного виду тілесного капіталу*: для гендерного капіталу – «де-тіло» {йдеться про соціоунормоване виконання тілом контекстної ролі}, для фізичного капіталу – «що-тіло» {тобто акцентування функційних можливостей тіла}, для естетичного капіталу – «як-тіло» {тобто тіло постає способом презентування антропоодиночності через формування/випрацювання власного образу та/або стилю}, для еротичного капіталу – «якщо-тілесність» {тобто відкрите сценаріювання

щодо переживання насолоди завдяки тілесності як суб'єктивному досвіду}. Закономірним є розмежування тіла {як об'єкта} та тілесності {як поточкового переживання}. Тільки завдяки тілесності {і відповідно еротичному капіталу} можливо повернутися до власної автентичності {тобто первинного стану дитячості – простоти безпосереднього сприйняття}.

Види тілесного капіталу виокремлюють та обґрунтовують донині. «Впродовж останніх десятиліть вчені-дослідники по-різному називали аспекти тіла та його візуального подання: фізичним капіталом {«physical capital»} [47; 48], тілесним капіталом {«bodily capital»} [20; 51], дівчачим капіталом {«girl capital»} [41; 39], естетичним капіталом {«aesthetic capital»} [5; 7; 30], сексуальним капіталом {«sexual capital»} [25; 24; 26; 36] або еротичним капіталом {«erotic capital»} [27; 29]» [34, с. 23]. Іншими словами: у тілесному капіталі можна виокремити такі основні його види – гендерний, фізичний, естетичний, еротичний, сексуальний тощо. Таким чином, тілесний капітал є «парасольковим поняттям», оскільки уможливорює існування не тільки специфічного «поля» розгортання усіх своїх видів і форм, а також їх співперехідність та взаємовпливальність {й оновлення через виникнення нових}.

Характерні особливості видів тілесного капіталу слід розглядати послідовно {як ускладнення та поступовий перехід від біохарактеристик до антропорегульованого ситуативного грання} за параметром соціоконструйованості – від гендерного капіталу через фізичний та естетичний до еротичного.

(1) Гендерний капітал {англ. «gender capital»} постає дуальним {і від того неоднозначним}. З одного боку, це намагання спільнот/соціосегментів/суспільства штучно підтримувати чітке розмежування усталених поведінкових норм на основі первинних статевих характеристик антропоодиночності завдяки дисциплінуванню через послідовне впровадження алгоритмів виховання, навчання й трудової діяльності. З іншого боку, це індивідуальні спроби дистанціюватися від спільнотного/соціосегментного/суспільного нормотягання, що зумовлює чітке ролювання за принципом маскулінного домінування та фемінного підкорення. Тривалий час гендерний капітал не фіксували у дослідницьких колах, проте реальні зиски від нього отримували у більшості соціосегментів.

Поняття «гендерний капітал» формоване завдяки дослідженням у межах феміністської соціології [38; 50; 35; 46], однак чітка його дефініція й досі відсутня. Головна причина – поліаспектність розуміння самого гендеру. Витлумачення останнього можуть варіюватися від найабстрактнішого «культурні смисли, які накладаються на

статеву означену тіло» [18, с. 10] до найкомплекснішого «соціосценарійовані моделі поведінкових паттернів, що можуть бути ситуативно реалізовані антропоодинами».

Остаточною дефініціювати гендерний капітал не просто, оскільки він «набуває різного змісту для різних людей у різних сферах і в різні {історичні} періоди» [16, с. 102]. Однак через нього наголошують на демаркувальних лініях фемінності та маскулінності, кожна з яких постає ресурсною для отримання переваги {у вигляді (не)матеріального зиску} як наслідку соціосегментного інтеракціювання. Іншими словами: гендерний капітал {=*gender capital*} – «це знання, ресурси та аспекти ідентичності, що наявні – і в певному контексті – забезпечують доступ до унормованих {=*regime-specific*} гендерних ідентичностей» [16, с. 92].

Сутнісно гендерний капітал постає здебільшого моноакцентованим: він фемінноактивований {його рушієм – ядром – є дівчата/жінки: вони – креаторки та виконавиці}, проте маскуліннорезультований {тобто саме хлопці/чоловіки приймають остаточне рішення щодо впровадження ідей, розподілу ресурсів, доступу до вигод, відсотка винагороджування}.

Гендер конструюють через соціалізацію: після народження дівчинки та хлопчика ознайомлюють і прищеплюють до «соціоприйнятностей» – паттернів поведінки, соціальних ролей, нормовості загалом – відповідно до їхньої статі. Гендерно-фемінна або гендерно-маскулінна очікувано-нормована поведінка не тільки спрощує їхнє долучання до соціосегментів, але й закріплює життєві пріоритети кожного: пасивність і поступливість для дівчинки {задля підтримування сімейного/родинного тепла та виховання дітей}, активність і домінувальність для хлопчика {задля забезпечення й захисту родини/сім'ї через управління всіма необхідними процесами для оптимальної життєдіяльності}. З одного боку, у такий – традиційний – спосіб уможливають і забезпечують наступність поколінь; з іншого боку, стандартована поведінковість ускладнює формування особистості.

Спершу гендерний капітал формували на основі традиційної дуальності статі, яку намагалися перенести в соціопростір через соціалізування антропоодинами. Проте з плином часу стали помітними утруднення щодо гендерної ідентичності {трансльовані через виховання параметри соціо-ролей виявлялися чужинними для деяких антропоодинами через їхній індивідуальний досвід}. Унаслідок цього виник конструкт «небінарний гендер», за допомогою якого можливо відобразити ширший спектр гендерних ідентичностей та врахувати індивідуальні відхилення від традиційних моделей жіночості та чоловічості.

У XXI ст. фемінність та маскулінність постають насамперед соціоконструйованими образами поведінкомодельованої жіночості [18] і чоловічості [21] відповідно. Водночас сучасні гендерні соціошаблони мутують: вибірково підсилюються характеристиками, традиційно властивими іншому гендеру {наприклад, дівчина/жінка може за необхідності стати рішучою та домінувальною, натомість хлопець/чоловік за потреби може бути ніжним та чуйним}. Важливим нюансом є перформативність гендеру {англ. *gender performativity*}, тобто демонстрування гендер-активу завдяки власному тілу через комунікативність та ситуативну вчинковість [18; 17]. Якщо осучаснити цю тезу, саме завдяки перформативності гендер і можливо капіталізувати {тобто отримувати максимальний зиск – або як задоволення, або як гроші, або їх поєднання}. Гендерний капітал – це жіночі або чоловічі тіло-характеристики, що за умов розвивання та сенсорного підсилення можуть приносити зиск як наслідок різнорівневого інтеракціювання. До таких тіло-характеристик належать: тембр голосу, інтонування, комунікативна гнучкість, манера говорити, виразність міміки, пластичність тіла, хода й постава тощо. Сенсорного підсилення зазвичай досягають завдяки комплексному догляду за тілом, макіяжу, зачісці, одягу, аксесуарам, парфумам, а також манері триматися у будь-якій ситуації.

Гендер цілком може бути набором поведінкових паттернів, проте гендерний капітал – це радше індивідуальна формула зискового застосування гендеру {тобто яким чином антропоодинами може отримати максимальну вигоду від гендеру – власного та/або іншої антропоодинами – у конкретній ситуації}. Завдяки гендерному капіталу антропоодинами постає інструментом {переважно дівчина/жінка}, за рахунок характеристик якої можливо швидше отримати надприбуток: 1) через комплексне активування маскулінних інстинктів та прихованої емоційності як результату сенсорного – переважно візуального – доступу до втіленої краси {еротичний аспект} [9]; 2) через увагу до деталей і повне пропрацювання проекту будь-якої складності {особливо це стосується мультирівневих та довготривалих розробок} задля задоволення своєї амбітності {інтелектуальний аспект}.

Формами гендерного капіталу є фемінний та маскулінний. Маскулінну форму гендерного капіталу здебільшого розуміють як домінувальну [12; 21] незалежно від історичного періоду та/або локації. Сучасні суспільні виклики та соціосегментні утруднення неспівмірно впливають на хлопців/чоловіків через розпорошування їхньої уваги та постійне виснажування мультизавдальністю. Натомість фемінну форму гендерного капіталу розглядають або традиційно {через материнську

функцію}, або по-сучасному {через об'єднання материнської функції із самореалізувальною, тобто кар'єрною}. Прагнення сучасних дівчат/жінок до кар'єрування вичерпує їхні життєві сили через постійну боротьбу з чоловіками за право бути собою {одночасно і унікальною антропоодиноцею, і кваліфікованою працівницею}.

Особливістю ґендерного капіталу є не тільки його соціокультурне вкорінення {залежність від епохи, країни, місцевих звичаїв і традицій}, а й відкритість до осучаснення {наприклад, впровадження ідеї рівноправ'я}. Хоча останнє здебільшого постає «модним маркетинговим та/або масмедійним трендом», який всередині деяких компаній керманічі-чоловіки не підтримують {з різних причин}. У межах соціосегментів простіше працювати з чітко ґендерованими антропоодиноцями {як «оптимізованими моделями» для виконання окремих переліків завдань}, проте параметри соціального ранжування можуть бути ґендеродискримінаційними {що зумовлює численні судові позови переважно від дівчат/жінок [45]}.

Таким чином, ґендерний капітал {як співмірні статі тіла рольові шаблони} сприяє виявленню індивідуальних переваг антропоодиноць через життєві та соціосегментні ситуативні виклики, а також уможливорює індивідуальні прагнення щодо реалізування власного потенціалу.

(2) **Фізичний капітал** {франц. «capital physique» [14]; англ. «physical capital» [14; 31; 47–49]} зафіксувати найпростіше – це біологічна основа тіла або тіло-у-дії {тіло, що функціонує, виконує дещо конкретне, взаємодіє з навколишнім світом}. У класичних дослідженнях {П'єр Бурд'ю [14; 13], Дейвід Хатсон [31], Кріс Шиллінг [47–49] та ін.} його вважали виключно чоловічим капіталом [51; 48]: оскільки головними характеристиками були сила та витривалість {що разом репрезентували процесуальність як постійну задіяність тіла в світі}. Якщо даний вид капіталу редукувати до цих параметрів {фізичної сили та витривалості}, то акцент падає передусім на функційність тіла як природного ресурсу: чоловіче тіло постає «скелею», спроможною утримувати та захищати; тоді як жіноче тіло – «коліска нового життя», що плекає й підживлює. Проте тіло не є лише природним об'єктом: воно стає носієм індивідуальності, основою світосприйняття та інтеракціювання. Технічно жіноче тіло можливо відтренувати до параметрів чоловічого, проте таке трансформування підпорядковує тіло зовнішнім стандартам і суперечить його природній сутності.

Витлумачують фізичний капітал подвійно: 1) власний – закладений природою та батьками – біоресурс антропоодиноці {здоров'я, зовнішні дані, можливості та/або обмеження тіла тощо}; 2) здат-

ність антропоодиноці активувати ці ресурси у взаємодії з іншими видами ресурсів та отримувати від їх застосування матеріальну та/або символічну зисковість. Тобто завдяки фізичним параметрам тіло постає агент-джерелом для різномірних взаємодій поміж антропоодиноцями та речами.

Сутнісно фізичний капітал тісно пов'язаний із первинною роботою над тілом – удосконалення постави, руху, суб'єктивних емоційно-когнітивних станів людини [51]. Він потребує значних інвестицій – передусім темпоральних, а не тільки фінансових. Конче необхідно підтримувати оптимальний стан здоров'я, вагу та пропорції тіла, тонус і професійним моделям [42], і професійним солістам балету тощо. У сфері модельного бізнесу, моди, професійного балету та деяких видів спорту навіть мінімальні відхилення від прийнятних параметрів тіла можуть блокувати подальшу кар'єрну траєкторію або зумовити її дострокове завершення.

У соціосегментах неартикульовано наголошують на важливості уваги до власного тіла для представників окремих соціосегментів. Зокрема, у сфері освіти {для викладача/викладачки вишу} ключовими є постава, статура, рухи, міміка, чіткість вимови, психоемоційний та когнітивний стани; у медицині {наприклад, для хірурга} – сила рук, чутливість пальців, витривалість тіла загалом, стабільний психоемоційний стан}. Водночас важливо наголосити: робота над власним тілом потрібна не лише для позитивного сприйняття іншими, радше для власного розвитку та підвищення самооцінки через самоусвідомлення.

Фізичний капітал і досі використовують у господарстві {через запит на ручну працю}: в секторах економіки, що потребують значної фізичної сили {у сільському господарстві і особливо в аграрному секторі, садівництві тощо}. П'єр Бурд'ю досліджував тіла селян [13, с. 96–108] і висноував: їхні тіла формовані працею – у більшості випадків дуже важкою і виснажливою. Селяни – і жінки, і чоловіки – цінували свої тіла щодо сили та витривалості {і намагалися дбати про них за можливості}. Проте їхні тіла виглядали незграбними в танці: жінки-селянки переймали міську танцювальну моду {тобто рухи жінок-містянок}, тоді як чоловіки-селяни цим не переймалися {тому почувалися некомфортно і невпевнено на танцмайданчику через свої незграбні рухи}.

Нині фізичний капітал широко використовується у спорті {боксі, футболі, боротьбі тощо}, модельному бізнесі, балеті, деяких галузях медицини тощо. І для виконання ручної роботи в господарстві, і для заняття спортом [14; 51] {футбол, бокс, баскетбол, теніс та ін.}, і для кар'єри у сфері моди [44], балету, хірургії тощо здоров'я постає важливим ресурсом для антропоодиноці.

Найголовнішою формою фізичного капіталу є капітал-здоров'я, що визначає здатність антропоодиниці до її успішної діяльності, кар'єрного просування та ефективного розвитку компанії у відповідній ринковій ніші. Турбота про здоров'я дитини, працівника, громадянина є нагальною, оскільки вона формує підґрунтя для усвідомленої та продуктивної життєдіяльності. Ця відповідальність покладена не тільки на саму антропоодиницю, але й на її родину/сім'ю, роботодавця та державу через необхідність створення та підтримування усіма ними прийнятних умов для збереження {або хоча б неущожджування} вихідних фізичних характеристик тіла кожного. У такому розумінні капітал-здоров'я постає не тільки ресурсом для діяльності, але й фундаментальною передумовою індивідуальності та соціальної ефективності [32; 43].

Додатковими формами фізичного капіталу можуть поставати соціосегментовані – футбольний, боксерський, модельний, балетний, медичний та інші. У разі успіху – футболіста на полі, боксера на рингу, моделі на подіумі, соліста/солістки балету на сцені тощо – фізичний капітал кожного з них конвертується у символічний капітал {визнання, впізнавання, титули, нагороди} та економічний капітал {гонорар}, тобто перетворюється на механізм взаємодії досконалості тіла, соціального визнання, власного задоволення та матеріального відшкодування.

Дослідники фізичного капіталу звертають увагу на феномен «перепривласнення прибутку» через посередницькі функції, що їх штучно виводять на перший план і тим самим нівелюють ризики спортсмена. В межах одного соціосегменту антропоодиниці, задіяні у непервинних ролях, часто отримують непропорційно більшу частку прибутку {зисковий відсоток} через вельми оригінальну причину «забезпечення зіркового часу». Наприклад, у професійному боксі левову частину фінансового доходу від бою отримують промоутери та агенти, а не безпосередньо боксери, яким належить гонорар за перемогу [51]. Іншими словами: фізичний капітал спортсмена конвертується не тільки у символічний {визнання, титули, статус} та економічний капітал {гонорар}, але й частково «перехоплюється» посередниками {що формально залишаються у межах того самого соціосегменту, але реально зменшують матеріальну винагороду виконавця}.

Таким чином, фізичний капітал {як активовані біопараметри антропоодиниці} формує основу для прояву індивідуальності у соціосегментних контекстах.

(3) *Естетичний капітал* {англ. «aesthetic capital», «girl capital»} – це сукупність рис зовнішності, які в окремій соціокультурній і/або краї-

новій локації впродовж деякого періоду визнають красивими/привабливими й розглядають як потенційно прибутковий/зисковий актив. Цей вид тілесного капіталу узалежнений зовнішнім візуальним запитом на конкретні параметри тіла антропоодиниці, оскільки воно репрезентує або генетичну природність {що робить тіло унікальним}, або штучну трансформованість {шляхом інвазивних процедур} відповідно до актуального {епохового та/або локаційного} канону краси.

Розробку поняття «естетичний капітал» здійснюють: Таммі Андерсон {та ін.} [5], Олуакемі Балоґун [7], Жан Бодріяр [10; 9], Найомі Вулф [52], Ііда Кукконен [34], Ашлі Мірс [41; 39; 40], Ашлі Мірс та Вільям Фінлі [42], Кетрін Хакім [28; 29], Сільвія Холла і Хіселінде Кайперс [30] та ін.

Дефініціювання естетичного капіталу може бути або векторованим і вельми абстрактним, або прискіпчиво-деталізованим. У першому підході дослідники наголошують на активах {тобто комплекті зовнішніх характеристик – риси обличчя, форма і розмір тіла, статура, волосся, стиль одягу та догляд за собою тощо [5, с. 566]}, які постають маркерами соціальних відмінностей і сприяють набуттю привілеїв і багатства [5]. Такий підхід критикують через відсутність параметрування. На думку Ііди Кукконен, нюансування є критично важливим, оскільки «капіталом навряд чи може бути перелік рис; тілесні риси та стилі набувають мінової вартості в соціальному обміні в різних сферах, де оцінювання і сама цінність постійно змінюються» [34, с. 29]. Саме це і є головним утрудненням другого підходу: форма тіла та риси обличчя узалеженні епохою та трендами {тобто оцінюване як ресурс для капіталізування сьогодні, може кардинально відрізнятись від того, який можна було б обміняти/привласнити вчора і – ба більше – завтра [34, с. 29]}.

Сутнісно естетичний капітал акцентує увагу на красі тіла, проте остання є відносною. З одного боку, естетичний капітал – це соціосегментний шаблон конкретних індустрій, які «роблять запит» на тіла через їх відносну відповідність заздалегідь окресленим параметрам. Останні є радше орієнтирними {оскільки невідповідність тіл можливо неінвазивно скоригувати за допомогою одягу, аксесуарів, форми зачіски та макіяжу, а також підкріпити харизмою й «сценарійованим образом»}. У креативних індустріях {через аудіовізуальні мистецтва – кіно, телебачення, фотографію; моду} та перформативних індустріях {через балет і танець} тіло постає одночасно і арт-об'єктом, і вітриною: це візуальний образ, який відбиває сучасні соціосегментні тренди, транслює соціо-вантажені повідомлення, презентує антропоодиницю та підкреслює її унікальний стиль. З іншого боку, відтворення індустріального шаблону [52]

{ шляхом, наприклад, інвазивного відкориговування обличчя за принципом «золотого перетину», медико-хімічного відбілювання шкіри, хірургічного стоншування стану через видалення нижніх ребер, ортопедичного видовжування кісток ніг за рахунок металевих імплантів та ін.} потенційно небезпечно для життєдіяльності антропоодиноці {і відповідно може перекреслити стабільну (над) прибутковість компанії у разі ускладнень}. Нині компанії радше знаходять золоту середину між природними параметрами тіла конкретної антропоодиноці та його унікальними особливостями, які перетворюють на індивідуальний стиль. Такий підхід постає прибутковішим, аніж гонитва за мінливими стандартами краси.

Значущість естетичного капіталу залежить від соціозапиту на «параметровану красу»: красу – як – таку неможливо капіталізувати, вона має бути попередньо матеріалізована у дещо конкретне {річ, антропоодиноцю}. Парадоксально, але індустріям вигідніше працювати саме з антропоодиноцями {аніж з речами}, оскільки їх капіталізування може бути нескінченним {за умови влучного варіювання образів або практикування соціосегментної «гри у концепти», що наявне, зокрема, у промотуванні музичних альбомів і кінофільмів {у Південній Кореї – індустрія К-поп (англ. «Korean pop»); у Індії – кіномистецтво Боллівуду, Коллівуду та Толлівуду; у КНР – С-drama (англ. Chinese television drama) тощо}. У сучасному країновому суспільстві, як стверджують Сільвія Холла і Хіселінде Кайперс, «естетичний капітал постає не тільки особистим надбанням {= «personal asset»}, але й кваліфікаційною вимогою для працевлаштування – суттєвою компетенцією {= «essential competence»}, необхідною для функціонування на ринку праці» [30, с. 294].

Головна форма естетичного капіталу – капітал-краса, яка не є стійкою. Краса та зовнішня привабливість не постають універсальними – вони радше варіативні {залежні від епохи, локації, культури, а також від сучасних маркетингових трендів}. Основу формування естетичного капіталу антропоодиноці становлять генетично успадковані особливості, які можливо зберегти та підкреслити завдяки ретельному догляду за зовнішністю та її моделюванню, що здійснюється відповідно до наявних засобів, смакових уподобань і середовища, в якому перебуває людина. Моделювання зовнішності нині можливо реалізовувати у різний спосіб {інвазивний або неінвазивний}, проте у XXI ст. воно постає радше маркером соціального становища, рівня забезпеченості і/або багатства. Парадоксально: з одного боку, прекрасне тіло може бути різним – природним {генетично успадкованим}, буденним {звичайним для однієї антропоодиноці, проте вельми неординарним для інших}, стандар-

тованим {за спільнотним/соціосегментним каноном/шаблоном}, вигинальним {модифікувальним відповідно до потреб соціосегменту}; з іншого боку, експерти оцінюють красу тіла антропоодиноці за чіткими параметрами чи нормами.

Додатковими формами естетичного капіталу можуть бути фемінний {«дівчачий капітал»/«girl capital»} та маскулінний; а також їх сегмент-прояви {залежно від напряму індустрії або соціосегменту} – наприклад, фемінно-акторський та маскулінно-акторський у кіномистецтві.

Особливістю естетичного капіталу є його прихована дуальність: напоказ існує образ для замилювання як найвитонченіший зразок втіленої краси, тоді як за лаштунками залишається те, що оголює уразливість антропоодиноці. З одного боку, тіло антропоодиноці від народження вже є арт-об'єктом {завдяки успадкованим від батьків і двох ліній родичів зовнішнім тіло-характеристикам – статури, кольору шкіри, формі та рисам обличчя, формі та кольору очей тощо}. Проте компанії {особливо в індустрії моди, кіномистецтва та перформативних мистецтв} керуються стандартами краси обличчя й тіла на основі візуальної пропорційності {тобто максимального наближення до золотого перетину}. Впровадження ґендерозалежної пропорційності тіла {тобто канону прекрасного фемінного та маскулінного тіла} можливо досягнути або через візуальне акцентування природних тіло-характеристик {переважно завдяки крою та кольору одягу, оптимальній формі взуття, макіяжу}, або засобами пластичної хірургії {що може бути небезпечним для життя антропоодиноць}. З іншого боку, жіноче тіло стереотипно вважають естетичнішим, відповідно і монетарувати його можливо швидше. Хоча вже неодноразово у більшості соціосегментів підтверджено: чоловіче тіло теж можна перетворити на естетичний капітал. Успіх залежить виключно від цільової аудиторії та акцентування тіло-характеристик. Утруднення полягатиме в іншому {тут багато чого відлунюватиме від особливостей фізичного капіталу}: зисковість фемінного естетичного капіталу часто перебирають на себе хлопці/чоловіки {виникає прихований конфлікт між «демонструвальницею» та «її менеджером»: другий формує першу і очікує покірної згоди з його рішеннями щодо подальших дій}. «Дівчачий капітал» – як його називають Ашлі Мірс {англ. «girl capital» [39; 40]}, Олуакемі Балогун {англ. «aesthetic capital» [7]} та Піда Кукконен {англ. «aesthetic or 'girl' capital» [34]} – здебільшого уможливлені компаніями та/або чоловіками-посередниками, які закріплюють за собою більшу частину прибутку.

Насправді існує різниця між красою-для-життя {що постає комфортним для самопочуття антропоодиноці} та красою-для-обкладинки {яка

є результатом маркетингових стратегій задля швидкого збагачення або досягання інших цілей» [52]. Завдяки першій сформувався тренд/рух/концепт «боді-позитив» {англ. «body positivity»} {антропоодинаця приймає параметри свого тіла якими вони є, оскільки з багатьох причин їх неможливо або надзвичайно складно скоригувати}. А от друга з часом розгортає свої вади, які мають ланцюговий характер: природні параметри тіла можливо вдосконалювати тільки до певної межі {але поки така можливість існує, це доведеться робити регулярно, щоб не позбавитися можливості заробітку за допомогою власного тіла та поки-що-наявної тіло-привабливості}, а згодом доводиться прийняти «свою переформатовану» зовнішність і доживати з нею до «повного онулення» {біологічної смерті}.

Таким чином, естетичний капітал {як спосіб презентування акцентованої унікальності прекрасного завдяки тілу} уможливило формування власного стилю, який можливо перетворити на особистий бренд.

(4) Еротичний капітал {англ. «erotic capital»} є найскладнішим видом тілесного капіталу, оскільки антропоодинаця постає одночасно джерелом та ретрансляційницею мультиспектрової насолоди. Тіло вже не є просто моєю межею зі світом, воно перетворюється {завдяки усім задіяним у ситуацію антропоодинацям} на медіатора-та-актора відкритого сценарію-у-моменті. До того ж: завдяки моментному переживанню мультиспектрової насолоди одночасно активовані-й-узв'язковані: 1) тіло {через всі сенсорні канали}, 2) свідомість {як центр миттєвого опрацювання сигналів від тіла [22]}, 3) несвідоме {що включає інстинктивні дії, витіснений досвід, тригери з минулого}, 4) тілесність {тобто: зовнішнє «реагування для інших» і внутрішнє «усвідомлення власного стану (не)задоволеності» [23]}. Еротичний капітал передбачає повну паралельну обопільність {мінімально двох антропоодинаць} або її максимально наближену версію для кожної задіяної антропоодинаці.

Мультиаспектний розгляд поняття «еротичний капітал» належить насамперед Кетрін Хакім [27–29]. Часткові аспекти можна простежити у дослідженнях галузевих мислителів XX–XXI ст. {Жорж Батаї [8], Жан Бодріяр [10; 9], Адам Грін [24–26], Дана Каплан і Ава Іллуз [33], Роберт Майкл [43], Джон Мартін та Метт Джордж [36], Линн Чансер [19] та ін.}.

Часто в ненауковому середовищі для позначення насолоди-завдяки-тілу послуговуються «поняттєвим накладанням»: розглядають «еротичний» і «сексуальний» як тотожні поняття. Однак дослідники не поділяють такого підходу. По-перше, відмінності між еротичним і сексуальним капіталом істотні, оскільки вони належать до різних понят-

тєвих площин. По-друге, у наукових дискусіях трапляються різні трактування їх співвідношення. Зокрема, за одним з підходів, сексуальний капітал постає не окремим видом тілесного капіталу, а формою еротичного капіталу {тобто: поняття «еротичність» є ширшим і включає «сексуальність» як складник}. Кетрін Хакім наголошує, що їх аж ніяк не можна вважати синонімами. На її думку: сексуальний капітал – це сексапільність {=«sex appeal»}, що проявлювана через сексуальну привабливість {=«sexual attractiveness»} [28, с. 130]. Водночас «еротичний капітал не зводиться виключно до сексапільності та має значно ширшу конвертованість в економічний, культурний і соціальний капітал. Соціальність і соціальні навички постають центральними {елементами} еротичного капіталу та гетеросексуальних культур» [28, с. 130].

На думку дослідниці, еротичний капітал є «сумішню фізичної та соціальної привабливості {=«attractiveness»}» [28, с. 10], що конкретизовані елементами: 1) краса {як центральний елемент; більше пов'язана з обличчям}; 2) сексуальна привабливість {=«sexual attractiveness»} – найпомітніший прояв «sex appeal»; більше стосується тіла, тобто фемінного або маскуліного комплексу рухів, мови і поведінки, спрямованих на зацікавлення представників протилежної статі}; 3) шарм та харизма; 4) жвавість {=«liveliness»}; 5) соціоподання {=«social presentation»; демонстрування свого соціального статусу та стилю через одяг, макіяж, парфуми, прикраси, зачіски, аксесуари, поєднання кольорів}; 6) сексуальна компетентність {=«sexual competence»; або сексуальність як така, тобто уможливлення сексуальної насолоди партнера/партнерки} [28, с. 11–13]. Якщо перші п'ять елементів є активованими у соціоконтекстах, то шостий елемент – застосовуваний виключно у інтимних стосунках [28, с. 13]. У деяких традиційних культурах додатковим – сьомим – елементом постає фертильність {характерна виключно для дівчат/жінок, оскільки надає їм перевагу порівняно з хлопцями/чоловіками; йдеться про демонстрування до ушлюблення здатності народжувати дітей – привабливішою вважається та, у якої вже є здорові та красиві діти} [28, с. 14]. Тобто: «еротичний капітал – це поєднання естетичної, візуальної, фізичної, соціальної та сексуальної привабливості {=«attractiveness»} для інших членів суспільства, особливо для представників протилежної статі, у всіх соціальних контекстах» [28, с. 15].

Адам Грін, натомість, влучно зауважив: сексуальний капітал – це якість і кількість властивостей, які притаманні одній особистості й викликають еротичний відгук у іншій [25].

В інших дослідженнях еротичний капітал здебільшого зводили/зводять до тілесної краси, сен-

сорне переживання якої було/є доступним тільки окремим вибраним антропоодинамицям: за умови погодженого обміну їхнього доступу до втіленої краси на певні відсутні переваги/вигоди/зиски її носія {тут: носія/носійки еротичного капіталу}. Водночас слід підкреслити: уявлення про тілесну красу було й залишається варіативним.

Слід врахувати й розмірковування Жана Бодріяра, котрий узалежнив тіло, красу та споживання {хоча й не оперував поняттями «сексуальний капітал» та/або «erotичний капітал»}. Він наголошував: «етику краси, яка постає тією самою етикою моди, можливо визначати як зведення всіх конкретних цінностей, “споживних цінностей” тіла (енергетичних, жестових, сексуальних) до єдиної функціональної “мінової вартості”, яка сама собою, у своїй абстракції, втілює ідею величнього-й-досконалого {=«glorieux, accompli»} тіла, ідею бажання та насолоди» [10, с. 207]. Водночас, за його словами: «краса це не що інше, як знаковий матеріал {=«matériel de signes»} для обміну. Вона функціонує як цінність/знак. Саме тому можна стверджувати, що імператив краси є однією з модальностей функціонального імперативу – це стосується як об’єктів, так і жінок (та чоловіків)» [10, с. 207].

Мислитель продовжував: необхідно чітко розмежовувати «еротику як загальну площину обміну в наших суспільствах від власне сексуальності» [10, с. 208]. На його думку, еротичне тіло – це «носій знаків, що передають бажання для обміну», тоді як {саме} тіло – «місце символу бразу {=«phantasme»} та осередок бажання» [10, с. 208]. У тілі/імпульсі, тілі/символу бразі переважає індивідуальна структура бажання. У «erotизованому» тілі переважає соціальна функція обміну [10, с. 208]. Іншими словами: еротичний імператив {соціальні ритуали як, наприклад, ввічливість} проходить через інструментальний код знаків {тобто він постає лише варіантом або метафорою функціонального імперативу} [10, с. 208].

До того ж, він акцентував функційність тіла: воно вже не є ані «плоттю», ані робочою силою, а постає «у своїй матеріальності (або у своїй «видимій» ідеальності) як об’єкт нарцисичного культу або елемент тактики й соціального ритуалу», тобто «краса і еротизм постають двома основними лейтмотивами», які нерозмежовувані {=«inséparables»} і «разом встановлюють нову етику щодо тіла», поширювану «на чоловіків, так само й на жінок, хоча жіночий полюс відрізняється від чоловічого» [10, с. 205]. На його думку: жіноча модель має своєрідний пріоритет, оскільки постає певним керівним планом цієї нової етики [10, с. 205]: «для жінки краса стала абсолютним, релігійним обов’язком {=«impératif»}: бути красивою – це «основна, обов’язкова {=«impérative»} якість тих,

хто дбає про обличчя, фігуру та душу. Це знак обраності на рівні тіла, так само як успіх на рівні справ» [10, с. 206]. І зрештою Жан Бодріяр висновок: «краса є абсолютним обов’язком саме тому, що вона постає формою капіталу» [10, с. 207].

На мою думку, еротичний капітал не тільки акцентує статеву привабливість одного тіла та його візуальну красу {тобто сексуальний капітал}, але й залучає елемент грання {голосом, паузами, поглядами, мімікою, жестами, тілорухами, доторками, мовоодинамицями, символами, смислами, натяками, кодами тощо}. Додатковим елементом постає індивідуальна харизма як унікальний «антропоодинамицевий бренд». Йдеться не просто про формування тимчасового тілесного тяжіння, а про можливість обопільної спраглистості антропоодинамиць. Тут виникає зисковість іншого рівня: завдяки еротичному капіталу антропоодинамиці розвивають здатність прикувати та затримати {а, можливо, навіть і утримати} увагу іншого через тіло, яке постає сценою або простором уваги. Це тонка робота з бажаннями іншого через його уяву, почуття та сенсорні канали [9].

Щодо головних форм еротичного капіталу дослідники не дійшли одностайності. Жан Бодріяр визначав красу як знакову цінність тіла, а еротизм в його концепції постає знаковим обміном. Кетрін Хакім пропонує дещо інший підхід: вона виокремлює формами еротичного капіталу капітал-красу та капітал-сексуальність {або сексуальний капітал}.

На мою думку, ключовою формою еротичного капіталу постає капітал-увага. Вона є максимальною та найповнішою, оскільки антропоодинамиця зосереджена на перебуванні–у–моменті насолоди {тобто вона фокусована на повноті переживання задоволення від речі, процесу та/або іншої антропоодинамиці}. Іншими словами, це може бути: 1) монопотоківна паузована увага {або ти транслюєш максимальну увагу іншому, або очікуєш її у такому ж обсязі від іншої антропоодинамиці}; 2) паралелізована увага {обидві антропоодинамиці активовані одночасно}. У першому випадку йдеться про мультіканалове {вербальне, сенсорне, інтелектуальне, енергетичне} налаштування антропоодинамиць. У другому випадку відбувається повне синхронне активування обох. Таким чином, тіло постає медіатором повноти уваги, з якої виникають емоції. Це співтранслявання–й–співотримування максимізованої уваги зумовлюватиме виникнення поліспектрової емоційності {і для свідомості, і для тіла}, переживання якої у всій повноті є щастям.

Гетеросексуальне суспільство можна розглядати як своєрідний ринок, на якому чоловіки прагнуть отримати від жінок інтимні послуги в обмін на інші (не)матеріальні ресурси {гроші, коштовності, прикраси, вишуканий одяг преміум сегменту,

оплату орендованої комфортної квартири, житло у приватну власність, автомобіль, можливість подорожувати та/або навчатися тощо}. Цей механізм підкріплює ґендерні ролі {домінувальну та підкорену}, підсилювані через «послуги комплексної тілесної насолоди», за чоловіками і жінками, що практично зумовлює збільшення ґендерного розриву та/або ґендерної нерівності в різних соціосегментах і в країновому суспільстві загалом. Проте з прагматичної точки зору: чи дійсно домінування залишається за чоловіками?..

Сучасні дослідники підкреслюють: сексуальний капітал мають жінки, а користуються ним чоловіки [19; 33]. Водночас обидві сторони отримують зиск – матеріальний, нематеріальний або комбінований. Еротичний капітал {як і його кожну форму} можливо придбавати на відповідному ринку – еротичному і/або сексуальному, але він також має значення і на ринку робочої сили [28].

Слід враховувати максимальну паралельну зисковість еротичного капіталу: він не спрацьовує однобічно {якщо тільки хтось не удає насолодоотримання}, оскільки увага і насолода мають бути активовані {більш-менш на однаковому рівні} у задіяних антропоодинах. Головна перевага і небезпека еротичного капіталу полягає у моментному співпереживанні насолоди: невідомо чи коректно будуть (до)налаштовані антропоодинах на уважність–до–іншого {чи одна з них триґеруватиме іншу своїми діями та/або словами, чи інша антропоодинах заблокує доступ до свого тіла}. Відкритий сценарій – це одночасно і можливість співнаписання правил гри для головних учасників, і «мінне поле» через невизначеність їхніх реакцій. Це гра наосліп, хоча, можливо, завдяки цій моментно-продовжуваний турбулентності й проявлятиметься антропоавтентичність кожного.

Таким чином, еротичний капітал {як здатність антропоодинах залучати увагу та співстворювати площину бажаності} паралелізує фізичне, соціальне та культурне у єдиному моментно-переживальному полі, а також допомагає виявити власну автентичність.

Тілесний капітал: між філософією самоті й маркетингом тілесних стратегій. Запит на тіло і тілесний капітал завжди є зовнішнім. Спільнота/соціосегмент потребує швидких надприбутків, які уможливлені задіюванням тіл з відповідними параметрами {існують навіть дослідження щодо «тонкої стереотипної» співзалежності «ефекту краси» та «ефекту ґендеру» [6], що сприяє формуванню розривів та посиленню нерівності за обома параметрами – краси та ґендеру}.

Маркетингові стратегії модифікують біопоказники тіл {з відповідністю вище середнього до максимально можливого рівня} через внесення зов-

нішніх покращень {завдяки пластичній хірургії, макіяжу, одягу, риторичним практикам тощо}. Спільнота/соціосегмент зацікавлені у пластичних тілах, які можливо вигинати в необхідних межах {або навіть варіативно безмежно}: тобто носіям таких тіл попередньо невідомі закономірна з'ява індивідуальних розривів {між свідомістю і тілом} та можливості індивідуального онулення {тобто стирання ідентичності}. Подібна ситуація має подвійні вигоди–й–ризик для антропоодинах: 1) їй не потрібно обтяжуватися розмірковуваннями що і як робити, оскільки вона живе–і–працює за оптимальним–для–компанії сценарієм; 2) це діятиме рівно до того моменту, поки її тіло є зисковим для компанії {зазвичай близько 10–20 активних років}. З одного боку, для антропоодинах такі умови можуть здаватися вигідним: вона повністю перебуває «під опікуванням» компанії {яка оптимізує графік професійного зростання, харчування, тренування, стилі одягу, забезпечення транспортом, охороною, планування розваг тощо}. З іншого боку, плата за ці вигоди є «незначною»: антропоодинах просто виконує роль, тобто обмінює власну справжність на можливість компанії отримувати зиски завдяки залученню саме її тіла.

Капітал {загалом та через варіативи, типи, види, форми} завжди векторований на максимальні прибутки і деколи акцентує унікальність конкретної антропоодинах. Тіло – це моя зовнішня межа, за якою і до якої можливо все. Моя свідомість – це «фільтр безпечності» щодо зовнішніх запитів, які можуть бути ранжовані мною за різними показниками. Тілесність – це не просто моє реагування тілом на пережите {усвідомлене й неусвідомлюване, витіснене або ще неопрацьоване}, а й можливість індивідуального експериментування. Відтак тілесний капітал – це мій індивідуальний спосіб бути зисковою антропоодинах не за запитамі окремої компанії, а відповідно до власних можливостей, компетенцій та бажань.

Максимальна зисковість тілесного капіталу досяжна не через віддисциплінованість антропоодинахевих тіл, а через створення прийнятних умов для індивідуального автопрезентування себе завдяки своєму тілу та унікальному досвіду, що воно переживає і може транслювати. Антропоавтентичність завжди буде вирізняльним чинником у будь-якому соціосегменті. Утруднення в іншому – чи дозволять її проявлення функціонери соціосегменту?..

Тобто капіталізм ХХ–ХХІ ст. {як праксис капіталу} загострює увагу до антропоодинах та питань–аспектів філософської антропології. Натомість стратегійний маркетинг – це здебільшого алгоритмовані тренди {сутнісно незмінні, проте незначно оновлювані візуально}.

Висновки. (1) Тілесний капітал – це не тільки зовнішні {візуально фіксовані} параметри, але й опосередкований доступ до свідомості антроподиниці {із відкритими можливостями часткового/повного впливання}. Наскільки в антроподиниці стійкий та гармонійний зв'язок тіла та свідомості, настільки вона є Автором і реалізовує власноформований сценарій. (2) Види тілесного капіталу – гендерний, фізичний, естетичний, еротичний – постають ускладнюваними лініями або рівнями індивідуації, в межах кожної з яких фіксований поступово зміщуваний акцент від тіла до тілесності. (3) Тілесний капітал можливо розуміти або як маркетинг-конструкт {завдяки якому максимізують прибутки через ситуативне соціосегментне тіло-застосування}, або як індивідуальноформований комплект антроповирізнятних характеристик через мережу співдоповнюваності тіла, свідомості, несвідомого та тілесності. (4) У межах «культу(ри)» стратегійного маркетингу тілесний капітал постає не лише набором зискових тіло-характеристик {які слугують основою для монетарування через впливовість, статусодемонстрування, ролевиконання, соціосегментовану маневреність}, а й фундаментальною умовою індивідуації, що постає у процесі різнорівневих взаємодій поміж антроподиницями та речами.

Перспективи подальших досліджень, з одного боку, обмежені рамками пропонованого тексту {через необхідність подальшого нюансування взаємозв'язків, взаємодії і конвертування зазначених видів тілесного капіталу}, з іншого боку, авторський текст уможливорює формування дискусійного простору щодо уточнення висвітлених аспектів.

Література

1. Діденко Л. В. Екзистенція: граничні складники. *Гілея: науковий вісник*. 2018. Вип. 136 (9). С. 180–185.
2. Діденко Л. В. Квадрорівневості екзистенції: термінокаркас перехідностей. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 15. С. 41–44.
3. Діденко Л. В. Філософська основа міждисциплінарного розуміння капіталу: від економічного поняття до культуропарасолькової складеності. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2025. Вип. 53. С. 22–31. <https://doi.org/10.32782/apfs.v053.2025.4>
4. Діденко Л. В. Філософсько-економічні параметри (антропо)споживання: від потребозадоволу до індивідуальної рівноваги. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023. Вип. 45. С. 14–24. <https://doi.org/10.32782/apfs.v045.2023.3>
5. Anderson T. L., Grunert C., Katz A., Lovascio S. Aesthetic capital: A research review on beauty perks and penalties. *Sociology Compass*. 2010. Volume 4, Issue 8. P. 564–575. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2010.00312.x>
6. Andreoni J., Petrie R. Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology*. 2008. Volume 29, Issue 1. P. 73–93. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.07.008>
7. Balogun O. M. Beauty diplomacy : Embodying an emerging nation. Stanford : Stanford University Press, 2020. 298 p.
8. Bataille G. L'histoire de l'érotisme. *Bataille G. Œuvres complètes*. Paris : Éditions Gallimard, 1976. Tome VIII. P. 7–165, 523–555.
9. Baudrillard J. De la séduction. Paris : Éditions Galilée, 1980. 248 p.
10. Baudrillard J. La société de consommation : ses mythes, ses structures. Paris : Éditions Denoël, 1970. 322 p.
11. Bourdieu P. La distinction : Critique sociale du jugement. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979. 680 p.
12. Bourdieu P. La domination masculine. Paris : Éditions de Seuil, 1998. 134 p.
13. Bourdieu P. Célibat et condition paysanne. *Études rurales*. 1962. n. 5-6. P. 32–135. <https://doi.org/10.3406/rural.1962.1011>
14. Bourdieu P. Comment peut-on être sportif? *Bourdieu P. Questions de sociologie*. Paris : Les Éditions de Minuit, 2002. P. 173–195. {Переклад англійською: Bourdieu P. Sport and social class. *Social Science Information*. 1978. Volume 17, Issue 6. P. 819–840. <https://doi.org/10.1177/053901847801700603>}
15. Bourdieu P. The forms of capital. *Handbook of theory and research for the sociology of education*. / ed. by J. G. Richardson. New York–Westport, Connecticut–London : Greenwood Press, 1986. P. 241–258.
16. Bridges T. S. Gender capital and male bodybuilders. *Body & Society*. 2009. Volume 15, Issue 1. P. 83–107. <https://doi.org/10.1177/1357034X08100148>
17. Butler J. Bodies that matter : On the discursive limits of 'sex'. New York & London : Routledge, 1993. 296 p.
18. Butler J. Gender trouble : Feminism and the subversion of identity. New York & London : Routledge, 1999. 256 p.
19. Chancer L. S. Reconcilable differences: Confronting beauty, pornography, and the future of feminism. Berkeley – Los Angeles – London : University of California Press, 1998. 326 p.
20. Connell C., Mears A. Bourdieu and the body. *The Oxford handbook of Pierre Bourdieu*. / ed. by T. Medvetz & J. J. Sallaz. New York : Oxford University Press, 2018. P. 561–576.
21. Connell R. W. Masculinities. 2nd ed. London – New York : Routledge, 2020. 358 p.
22. Damasio A. R. The feeling of what happens : Body and emotion in the making of consciousness. New York – San Diego – London : Harcourt Brace and Company, 1999. 400 p.
23. Embodied practices : Feminist perspectives on the body. / ed. by K. Davis. London : SAGE Publications, 1997. 226 p.
24. Green A. I. 'Erotic capital' and the power of desirability: Why 'honey money' is a bad collective strategy for remedying gender inequality. *Sexualities*. 2013. Volume 16, Issue 1-2. P. 137–158. <https://doi.org/10.1177/1363460712471109>
25. Green A. I. The social organization of desire: The sexual fields approach. *Sociological Theory*. 2008.

Volume 26, Issue 1. P. 25–50. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2008.00317.x>

26. Green A. I. Toward a sociology of collective sexual life. Sexual fields: Toward a sociology of collective sexual life. / ed. by A. I. Green. Chicago & London : The University of Chicago Press, 2014. P. 1–23

27. Hakim C. Erotic capital. *European Sociological Review*. 2010. Volume 26, Issue 5. P. 499–518. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq014>

28. Hakim C. Erotic capital: The power of attraction in the boardroom and the bedroom. New York: Basic Books, 2011. 320 p.

29. Hakim C. Honey money: The power of erotic capital. London: Allen Lane, 2011. 384 p.

30. Holla S., Kuipers G. Aesthetic capital. Routledge international handbook of the sociology of art and culture. / ed. by L. Hanquinet & M. Savage. London & New York : Routledge, 2016. P. 290–303.

31. Hutson D. J. Training bodies, building status: Health, physical capital, and the negotiation of difference in the U.S. fitness industry [Unpublished doctoral dissertation]. The University of Michigan, 2012. 165 p. https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/93845/djhutson_1.pdf

32. Hutson D. J. 'Your body is your business card': Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science & Medicine*. 2013. Volume 90. P. 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.05.003>

33. Kaplan D., Illouz E. What is sexual capital? Cambridge, UK : Polity Press, 2022. 154 p.

34. Kukkonen I. Physical appearance as a form of capital: Key problems and tensions. Appearance as capital: The normative regulation of aesthetic capital accumulation and conversion. / ed. by O. Sarpila, I. Kukkonen, T. Pajunen, E. Åberg. Emerald Publishing, 2022. P. 23–37. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-708-120210002>

35. Lovell T. Thinking feminism with and against Bourdieu. *Feminist Theory*. 2000. Volume 1, Issue 1. P. 11–32. <https://doi.org/10.1177/14647000022229047>

36. Martin J. L., George M. Theories of sexual stratification: Toward an analytics of the sexual field and a theory of sexual capital. *Sociological Theory*. 2006. Volume 24, Issue 2. P. 107–132. <https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2006.00284.x>

37. Marx K. Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band. Hamburg, 1890. {MEGA II/10: 'Das Kapital', 1. Band, Druckfassung 1890}. *MEGAdigital. Ökonomische Texte von Karl Marx im Internet*. Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften & TELOTA, 2012. <http://telota.bbaw.de/mega/>

38. McCall L. Does gender fit? Bourdieu, feminism, and conceptions of social order. *Theory and Society*. 1992. Vol. 21, No. 6. P. 837–867.

39. Mears A. Girls as elite distinction: The appropriation of bodily capital. *Poetics*. 2015. Volume 53. P. 22–37. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.08.004>

40. Mears A. Very important people: Status and beauty in the global party circuit. Princeton and Oxford : Princeton University Press, 2021. 318 p.

41. Mears A. Working for free in the VIP: Relational work and the production of consent. *American Sociological*

Review. 2015. Volume 80, Issue 6. P. 1099–1122. <https://doi.org/10.1177/0003122415609730>

42. Mears A., Finlay W. Not just a paper doll: How models manage bodily capital and why they perform emotional labor. *Journal of Contemporary Ethnography*. 2005. Volume 34, Issue 3. P. 317–343. <https://doi.org/10.1177/0891241605274559>

43. Michael R. T. Sexual capital: An extension of Grossman's concept of health capital. *Journal of Health Economics*. 2004. Volume 23, Issue 4. P. 643–652. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2004.04.003>

44. Picht E. M. Fashion as the regulation of bodies: A study in medieval and early modern sumptuary regulations [Research thesis]. The Ohio State University, 2021. 61 p. <https://kb.osu.edu/server/api/core/bitstreams/d6f477bb-0365-4990-8637-bfbb9a8be38f/content>

45. Polomarkakis K. A. Gendered capital and litigants in EU equality case law. *The Modern Law Review*. 2022. Volume 85, Issue 6. P. 1387–1418. <https://doi.org/10.1111/1468-2230.12745>

46. Ross-Smith A., Huppatz K. Management, women and gender capital. *Gender, Work & Organization*. 2010. Volume 17, Issue 5. P. 547–566. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00523.x>

47. Shilling C. Educating the body: Physical capital and the production of social inequalities. *Sociology*. 1991. Volume 25, Issue 4. P. 653–672. <https://doi.org/10.1177/0038038591025004006>

48. Shilling C. Physical capital and situated action: A new direction for corporeal sociology. *British Journal of Sociology of Education*. 2004. Volume 25, Issue 4. P. 473–487. <https://doi.org/10.1080/0142569042000236961>

49. Shilling C. Schooling and the production of physical capital. Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education. 1992. Volume 13, Issue 1. P. 1–19. <https://doi.org/10.1080/0159630920130101>

50. Skeggs B. Formations of class & gender : Becoming respectable. London – Thousand Oaks – New Delhi : SAGE Publication, 1997. 196 p.

51. Wacquant L. J. Pugs at work: Bodily capital and bodily labour among professional boxers. *Body & Society*. 1995. Volume 1, Issue 1. P. 65–93. <https://doi.org/10.1177/1357034X95001001005>

52. Wolf N. The beauty myth : How images of beauty are used against women. London: Vintage books, 1991. 350 p.

Анотація

Діденко Л. В. Тілесний капітал: філософська основа індивідуалізації vs «культ(ура)» стратегійного маркетингу. – Стаття.

Дослідження присвячене характеризувати тілесного капіталу та його видів через призму філософії та суспільних наук.

Тілесний капітал охоплює чотири аспекти: 1) у вимірі тіла {як матеріальної/фізичної основи існування – організму, тобто біопараметрів переважно}; 2) у вимірі тілесності {як соціокультурно векторованих, але індивідуальнопроживаних тілопроявів}; 3) у вимірі ресурсу {як задіяного потенціалу у соціосегментних практиках}; 4) у вимірі рішеннєвої автономії

антропоодиниці {тобто визначення прийнятних меж власної участі та (не)згоджування на зовнішні капіталізувальні пропозиції}.

Головними видами тілесного капіталу є: 1) гендерний капітал {як співмірні статі та рольові шаблони}; 2) фізичний капітал {як активовані біопараметри антропоодиниці}; 3) естетичний капітал {як спосіб презентування акцентованої унікальності прекрасного завдяки тілу}; 4) еротичний капітал {як здатність антропоодиниць залучати увагу та співстворювати площину бажаності з паралелізуванням фізичного, соціального та культурного у єдиному моменті-переживальному полі, задля виявлення власної автентичності}.

Висновки. (1) Тілесний капітал – це не тільки зовнішні {візуально фіксовані} параметри, але й опосередкований доступ до свідомості антропоодиниці {із відкритими можливостями часткового/повного впливання}. Наскільки в антропоодиниці стійкий та гармонійний зв'язок тіла та свідомості, настільки вона є Автором і реалізовує власноформований сценарій. (2) Види тілесного капіталу – гендерний, фізичний, естетичний, еротичний – постають ускладнюваними лініями або рівнями індивідуації, в межах кожної з яких фіксований поступово зміщений акцент від тіла до тілесності. (3) Тілесний капітал можливо розуміти або як маркетинг-конструкт {завдяки якому максимізують прибутки через ситуативне соціосегментне тіло-застосування}, або як індивідуальноформований комплект антроповирізняльних характеристик через мережу співдоповнюваності тіла, свідомості, несвідомого та тілесності. (4) У межах «культу(ри)» стратегійного маркетингу тілесний капітал постає не лише набором зискових тіло-характеристик {які слугують основою для монетарування через впливовість, статусодемонстрування, ролевиконання, соціосегментовану маневреність}, а й фундаментальною умовою індивідуації, що постає у процесі різнорівневих взаємодій поміж антропоодиницями та речами.

Ключові слова: людина/антропоодиниця, ресурс, капітал, зиск, прибуток, маркетинг, культуропарасольковість, П'єр Бурд'ю, тілесний капітал, тіло, тілесність, гендерний капітал, гендер, фізичний капітал, здоров'я, естетичний капітал, краса, еротичний капітал, насолода, антропоавтентичність.

Summary

Didenko L. V. Bodily capital: philosophical basis of individuation vs the 'cult(ure)' of strategic marketing. – Article.

The examination of bodily capital and its kinds through the lens of philosophy and the social sciences is presented in this research.

Bodily capital encompasses four dimensions: (1) the body dimension, understood as the material/physical basis of existence – the organism {primarily its bioparameters}; (2) the embodiment dimension, conceived as socially and culturally directed, yet individually experienced bodily manifestations; (3) the resource dimension, defined as potential mobilised in sociosegmental practices; (4) the decision-making autonomy dimension of the human being, who conceptualises acceptable limits of participation and (dis)agreement with external capitalisation offers.

The main kinds of bodily capital include: (1) gender capital, taken as the role patterns corresponding to the body's sex; (2) physical capital, as the activated bioparameters of the human being; (3) aesthetic capital, as a mode of presenting accentuated uniqueness of beauty through the body; (4) erotic capital, as the ability of human beings to attract attention and co-create a space of desirability by conjoining in parallel the physical, the social, and the cultural dimensions into a unified moment-experiential field, which enables them – the human beings – to manifest their own authenticity.

Conclusions. (1) Bodily capital is not limited to external {visually fixed} parameters but also involves mediated access to the consciousness of the human being, with opportunities for partial or full influence. If the connection between body and consciousness is stable and harmonious, the human being becomes the Author of their own self-formed scenario. (2) The kinds of bodily capital – gender, physical, aesthetic, erotic – emerge as layered lines or levels of individuation {each marked by a progressively shifting emphasis from the body towards embodiment}. (3) Bodily capital can be understood either as a marketing construct {through which profits are maximised via the situational sociosegmental application of the body}, or as an individually formed configuration of anthropo-distinctive features arising from the network of interrelations among body, consciousness, unconscious, and embodiment. (4) Within the 'cult(ure)' of strategic marketing, bodily capital emerges not only as a complex of profitable bodily characteristics {serving as a basis for monetisation through influence, status demonstration, role performance, and sociosegmental manoeuvrability} but also as a fundamental condition for individuation, realised through multi-level interactions among human beings and objects.

Key words: human being, resource, capital, gain, profit, marketing, cultural umbrella concept, Pierre Bourdieu, bodily capital, body, embodiment, gender capital, gender, physical capital, health, aesthetic capital, beauty, erotic capital, pleasure, anthropo-authenticity.

Дата надходження статті: 24.08.2025

Дата прийняття статті: 10.09.2025

Опубліковано: 30.09.2025