



УДК 141.7 (091)

DOI 10.35433/PhilosophicalSciences.2(96).2024.118-125

ТРАДИЦІЙНЕ, СУЧАСНЕ ТА СТАЛЕ СПОЖИВАННЯ: ФІЛОСОФСЬКИЙ ВИМІР

Р. М. Гречкосій*

Метою статті є дослідження трансформації моделей споживачтва – від традиційних до сталих в контексті філософського дискурсу. Цей аналіз має виявити те, як зміни споживання впливають на суспільні цінності, індивідуальну ідентичність тощо. Методологічними засадами дослідження стали концептуальні розвідки евдемонізму, гедонізму, утилітаризму, консьюмеризму за допомогою системного та компаративного аналізу. В статті окреслено типи споживання, що сформувались в контексті історико-філософського дискурсу. Виокремлено наступну трансформацію споживачьких моделей: традиційна – сучасна – стала, що супроводжується змінами у засобах виробничої діяльності та ціннісних орієнтирів. Досліджено складний взаємозв'язок між філософськими поглядами на щастя, задоволенням і прагненням до матеріальних благ. Заглиблюючись у теоретичні рамки концептів евдемонізму, гедонізму та утилітаризму, розкривається трансформація споживчих практик. Критично розглядається як в межах цих філософських доктрин концептуалізуються феномени щастя і задоволення, розкрито етичні та моральні виміри. Дослідження надає розуміння впливу світогляду на динаміку споживання, підкреслюючи важливість переоцінки споживчих практик у світлі етичних міркувань. Охарактеризовано типи споживачьких моделей. Традиційна модель визначається залежністю від місцевої економічної системи та залежності від зв'язків в громаді. Друга, яка поширена в сучасному суспільстві, позначена споживачтвом симулякрів, що мають символічне значення. Альтернативою сучасним моделям консьюмеризму є зосередження на сталому свідомому споживанні, яке сприяє особистісному зростанню та добробуту, як інших людей, так і планети загалом. Цей зсув у перспективі кидає виклик пріоритетності матеріальних чинників у визначенні щастя та відкриває шляхи для більш стійких і повноцінних підходів до життя. Саме в такому руслі може розвиватись практика споживачтва в майбутньому.

Ключові слова: споживання, консьюмеризм, щастя, задоволення, світогляд, етика, економіка, стале споживання.

TRADITIONAL, MODERN AND SUSTAINABLE CONSUMPTION: PHILOSOPHICAL DIMENSION

R. M. Grechkosii

The purpose of the article is to study the transformation of consumerism models - from traditional to sustainable - in the context of philosophical discourse. This analysis should reveal how changes in

* Руслан Гречкосій / Rruslan Grechkosii, кандидат філософських наук, докторант кафедри філософії (Навчально-науковий інститут філософії та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова м. Київ, Україна)
grechkosii_ruslan@ukr.net
ORCID: 0009-0000-9022-7046

consumption affect social values, individual identity, etc. Methodological basis of the study was the conceptual research of eudemonism, hedonism, utilitarianism, and consumerism through systematic analysis and comparative analysis. Scientific novelty. The article outlines the types of consumption that have been formed in the context of historical and philosophical discourse. The following transformation of consumer models is highlighted: traditional - modern - sustainable, which is accompanied by changes in the means of production and value orientations. Conclusions. The article explores the complex relationship between philosophical views on happiness, satisfaction and the pursuit of material goods. Delving into the theoretical framework of eudemonism, hedonism and utilitarianism, the transformation of consumer practices is revealed. It critically examines how the phenomena of happiness and pleasure are conceptualised within these philosophical doctrines, revealing ethical and moral dimensions. The study provides an understanding of the influence of worldview on the dynamics of consumption, emphasising the importance of reassessing consumer practices in the light of ethical considerations. Three types of consumer models are distinguished. The traditional one is determined by dependence on the local economic system and reliance on community ties. The second, widespread in modern society, is marked by the consumption of simulacra with symbolic meaning. An alternative to current models of consumerism is to focus on sustainable, conscious consumption that contributes to personal growth and the well-being of both other people and the planet. This shift in perspective challenges the primacy of material factors in determining happiness and opens the way for more sustainable and fulfilling approaches to life. It is in this direction that the practice of consumerism may develop in the future.

Key words: consumption, consumerism, worldview, ethics, economy, sustainable consumption.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві консьюмеризм постає як поширене явище, що формує структуру повсякденного життя та напрями стратегічного розвитку глобальної економіки. Споживацтво може бути представлене як сила, що визначає не тільки динаміку розвитку світового ринку, а й чинить вплив на культурні норми, ідентичність членів соціуму. Консьюмеризм може бути означений як споживання товарів і послуг у все більш зростаючих обсягах. Внаслідок трансформаційних процесів, які визначають аспекти розвитку консьюмеризму, потрібно окреслити й ретельно дослідити ті типи споживацтва, які панували протягом історії – традиційні та сучасні – й представити філософські доктрини, що лежать в основі цих парадигм. Крізь визначення ролі товарів для окремих людей і суспільств у різні історичні епохи необхідно висвітлити еволюцію споживчої поведінки та її наслідки.

У той час як традиційні парадигми консьюмеризму базувалися на практичній користі та невід’ємній цінності споживчих товарів, сучасне споживацтво вийшло за ці межі. Сьогодні консьюмеризм значною мірою визначається символічними та емпіричними вимірами споживання.

Ця зміна є не просто економічною чи соціальною, а й має глибокі етичні та філософські наслідки. Сучасне споживацтво з його акцентом на символічному значенні товарів кидає виклик традиційним етичним нормам, що й обумовлює актуальність висвітлення кореляції між типами споживацтва та їх критичний аналіз.

Метою статті є дослідження трансформації моделей споживацтва – від традиційних до сталих в контексті філософського дискурсу. Цей аналіз має виявити те, як зміни споживання впливають на суспільні цінності, індивідуальну ідентичність тощо.

Ступінь наукової розробки теми. Особливості розвитку «бездіяльного класу» та аспектів розвитку консьюмеризму обґрунтовував у своїх працях Т. Веблен. Опис специфіки споживацтва здійснювався в працях Ж. Бодріяра, який акцентував увагу на символічному значенні товарів. Моделі сталого споживацтва охарактеризовано в працях М. Мартінеса та А. Васкеса, які акцентують увагу на споживанні продуктів харчування. Ф. Куокуаба та Дж. Мохаммадб дослідили вплив сталого споживання на політичний активізм. Ф. Вандермуер, Р. Герц та Р. Вандерстратен проаналізували

зв'язки між споживацькими звичками та громадянською активністю.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблем.

Недостатньо дослідженим є зв'язок між споживацтвом і прагненням до щастя, що спонукає переглянути сутність цих феноменів та визначити шляхи їх досягнення. Також не виокремлено моделі консьюмеризму крізь призму сталою та свідомого споживання.

Дискусія та результати.

Досліджуючи феномен споживацтва, слід зазначити, що його формування та укріплення як базису сучасного людського життєсвіту можна представити як результат прагнення до щастя, задоволення потреб, насолоди тощо. Ці атрибути людського існування набували різного трактування в історії філософської думки, віддзеркалюючи трансформацію наративів. Пошук людиною стратегій для досягнення власного щасливого існування, як і багатьох інших морально-етичних цінностей, які становлять структуру життєвих орієнтирів, видозмінювався під впливом змін світогляду. Бачення людиною щастя в умовах сьогодення трансформувалось у прагнення до споживацтва матеріальних благ як опції, що має константний характер та виступає основою прагнення до самореалізації. Цей взаємозв'язок ґрунтується на переконанні, що щастя можна досягти або примножити через споживання товарів і послуг.

Підґрунтя для формування евідемонізму – філософсько-етичного напрямку, згідно з яким основою моралі і смыслом життя є щастя, а "досягнення щастя є вищим критерієм будь-якої добродієвності і рушійною силою моральних вчинків людини" [3: 125] закладається у добу античності. Щастя та задоволення постали в центрі такого напрямку як гедонізм. Арістип переконаний, що шлях до щастя невід'ємний від прагнення досягнути максимального фізичного задоволення та уникати появи болю. Для Арістотеля задоволення завжди переживається душею, в тому числі й тоді, коли його джерело – тілесне, корелює з

активністю. Для Епікура задоволення поєднується із щастям, причому в ньому наявно декілька рівнів. Якщо первинний рівень задоволення спинає страждання, то вже на наступному здійснюється заспокоєння та звільнення від турбот. Внаслідок цього формується стійке задоволення. "Це стійке задоволення – справжній принцип щастя, оскільки воно є задоволенням від стану, задоволенням від існування" [1: 516].

Проте поєднання щастя та задоволення притаманне лише для ідей деяких мислителів. Нерідко концепт щастя в античній та середньовічній думці сприймається як протилежність до чуттєвої насолоди. Саме в такому руслі його інтерпретує Цицерон. Для філософії цього періоду щастя полягає в простоті та поміркованості бажань; натомість невинна гонитва за матеріальними благами може відволікати від справжнього задоволення та добробуту. Така перспектива піднімає критичні питання про природу щастя і про те, якою мірою воно може бути похідним від матеріальних благ. Отже, концепт щастя в традиційних суспільствах не пов'язується з матеріальним виміром і здебільшого торкається духовної сфери. Якщо й виявляється кореляція між щастям, задоволенням та насолодою, то їх взаємодія виявляє гнучку взаємодію між фізичним та духовним світом людини.

Мислитель доби Просвітництва Едмунд Берк обґрунтовує доцільність виокремлення понять насолода та задоволення. "Я застосовуватиму термін "насолода" (delight), щоб виразити відчуття, що супроводжує віддалення страждання чи небезпеки, а також, коли я говоритиму про позитивне задоволення, я його найчастіше називатиму просто "задоволення" [5: 10]. Подібне тлумачення насолоди, задоволення та щастя буде притаманне для доіндустріального суспільства. Відповідно, формується система, за якої традиційне споживання резонує з принципом достатності, котрий закликає споживати лише те, що

необхідно для повноцінного життя, кидаючи виклик прагненню до надмірностей та підкреслюючи чесноту стриманості. Ці етичні рамки доповнюються цінностями громади, які надають пріоритет колективному добробуту і взаємозалежності над індивідуальною вигодою. Суспільне благо виступає однією з вищих цінностей в цей період. Тип споживання, що формується під впливом таких світоглядних орієнтирів, є традиційним. Для нього притаманна опора на місцеву локальну економічну структуру, відбувається підтримка дрібних виробників, ремісників тощо. В ній соціальні відносини та культурні цінності мають пріоритетне значення. Саме вони визначають споживацькі погляди, бачення, звички і т. ін.

Натомість подальша трансформація споживацтва хоч і пов'язана з суспільством, проте скоріше демонструють намагання вийти на рівень, коли прагнення до щастя підмінюється соціальним визнанням та статусом, які надають особливого значення благам. Такий вимір споживання змальовується в роботах Торстейна Веблена. Нові реалії, що виникають під впливом індустріалізації, призводять до нівелювання власних інтенцій індивідуального щастя. Споживання представниками "бездіяльного класу" ілюструє прагнення до марнотратства, яке є демонстративним [9]. Причому проблема, на думку Веблена, полягає у сфері обігу товарів, а не їх виробництва. Розвиток ринкової економіки призводить до витрат, які ініційовані не реальними потребами споживачів, а внаслідок психологічного тиску, що виникає серед представників їх соціальних верств. Таким чином задоволення пов'язується не з обмеженнями, а, навпаки, – з розкішшю. Демонстрація спроможності здійснювати непомірні витрати слугує засобом досягнення не просто соціального престижу, а задоволення потреб споживача у визнанні собі подібними. Важливим аспектом такого споживацтва є витрати, які виходять за межі

необхідних засобів існування. Вони є засобом відмежування від нижчих соціально-економічних верств, а останні, відповідно, намагаються долучитись до вищих верств через наслідування.

Філософське обґрунтування споживацьких стратегій здійснено у працях Жана Бодріяра, який констатує відсутність практики придбання товарів з метою задоволення базових потреб чи бажань у сучасному суспільстві. Спостерігається перетворення економіки на символічну систему, в якій споживання зосереджено не на реальному значенні товарів чи їх практичній корисності, а на тому значенні, яке їм надається соціумом [4]. Тобто товари та послуги мають відтепер символічне значення. Жан Бодріяр, подібно до Веблена, підкреслює вирішальну роль споживацтва у конструюванні соціального статусу. Внаслідок формування гіперреальності, що змінює диференціацію між реальним і симульованим, репрезентація симулякрів стає більш реальною, ніж фактичне існування предметів. Таким чином споживання призводить до гонитви за щастям і задоволенням, які можуть ґрунтуватися на симуляції бажань. Саме симулякри, які уособлюють ефемерне досягнення щастя, нескінченно відтворюються засобами масової інформації та рекламною індустрією. Суспільство споживання обіцяє щастя саме через досягнення матеріальних благ, але ця обіцянка за своєю суттю є нездійсненою в межах існуючих параметрів системи. В гіперреальному суспільстві справжнє щастя і задоволення навічно відкладені до наступного акту споживання. Ці міркування є актуальними для сучасної системи споживання.

Попри існуючу практику споживацтва, що реалізується в умовах сьогодення, відбувається формування філософських парадигм, які наголошують на потребі переходу до сталого типу споживання. Однією з перших праць, яка може бути розглянута як філософське обґрунтування необхідності поміркованого та свідомого стилю життя, стала опублікована в

1854 році праця американського мислителя Генрі Девіда Торо "Волден, або Життя в лісах", що базувалась на дворічному експерименті простого життя у власноруч збудованій хатині біля Волденського ставка, штат Массачусетс. Мислитель прагнув дослідити сутність життя поза атрибутами суспільства, яке потрапило у вир матеріалізму та споживання. Його міркування включали філософське дослідження природи споживання, матеріалізму та прагнення до щастя, які виходили за межі власної апостеріорної рефлексії. "Якщо день і ніч вітаєш з радістю, від життя точаться пахощі квітів і найдухмяніших трав, а його плин сповільнюється і сповнюється зорями й безсмертям, це і є успіх. Ціла природа – твоя винагорода, і ти матимеш право бодай тієї миті себе благословити... Істинний урожай мого повсякденного життя так само неможливо відчутти на дотик чи описати, як ранкові чи вечірні барви" [2: 306].

Генрі Торо стверджує, що суспільне прагнення до накопичення товарів і багатства є хибним, оскільки віддаляє людей від їхніх справжніх потреб і сутності життя. Замість накопичення та матеріальних статків людина має свідомо взаємодіяти з природою і власним внутрішнім "я". Ці твердження лише частково можуть бути порівняні з поглядами античних авторів, які обстоювали позицію прагнення до обмеженості бажань. Спільними є положення його світоглядної системи щодо мінімалізму і самодостатності як засобів досягнення особистої свободи і самореалізації. "Байдуже, що заганяє людину в лабету чуттєвості: їжа, питво, розпушта чи сон. У них усіх один рушій – апетит, і досить побачити людину лиш за одним з цих занять, аби зрозуміти, наскільки вона підвладна чуттєвості. Нечисті ні стояти, ні сидіти не можуть чисто. Коли підстерігати змію біля одного виходу з нори, вона виповзе іншим. Щоб бути цнотливим, слід бути стриманим в усьому" [2: 307]. Зменшуючи свої матеріальні потреби, ми можемо, на думку Торо, покращити своє духовне та інтелектуальне життя. Новації полягають у закликах до екологічно поміркованого

існування, усвідомлення власного етично-свідомого споживчого виміру. Критикуючи капіталістичне суспільство, що закладає підвалини до нескінченного зростання та накопичення, Генрі Торо закликає до гармонійних стосунків з природою. Його погляди стають тими підвалинами, на яких базуються ідеї сучасних теоретиків, що обстоюють ідеї сталого споживання.

Зокрема, на початку ХХІ століття з'являється низка праць, в яких окреслюються негативні наслідки розвитку сучасного споживацтва: "Споживацтво наразі створило надмірну залежність від працезберігаючих технологій, надмірну здатність до заробітку, необхідність працювати повний робочий день і гори пустирів. Часто при цьому ігнорується благополуччя довкілля та потреби майбутнього покоління" [7: 600]. Малайзійські автори Фарзана Кукуаб та Джихад Мохаммад, характеризуючи ці недоліки постмодерного світу, пропонують звернутись до сталого споживання, яке буде ініціювати більш помірковане ставлення до життя. Основою має виступати утилітаризм, що керується думкою про більший добробут. Індивідуальна поведінка має розгортатися в межах "середнього шляху", тобто не бути скнарою, але не бути екстравагантною. Досягнути цього можна, на думку Ф. Куокуаба та Д. Мохаммадб, завдяки свідомим спробам задовольнити базові потреби, поміркованості у витратах, зосередженості на якості життя, а не на матеріалізмі, турботі про майбутнє покоління, екологічні наслідки. Саме такий підхід спроможний забезпечити сталий розвиток і надати споживацтву іншої траєкторії розвитку. Проте це важко наразі реалізувати в повній мірі внаслідок наявності таких факторів, що визначають сьогодення: "(а) брак адекватних знань про наслідки марнотратства та надмірного споживання, (б) Ментальність "мені байдуже", (в) тиск глобалізації, (г) безглузда агресія електронних ЗМІ, спрямована на споживацтво, (д) мотив максимізації прибутку маркетологів" [7:

603]. Ці характеристики дійсно потужно впливають на сучасну картину світу і визначним в них є відсутність етичних орієнтирів чи інших чинників, які б виконували роль контролера ситуації.

Дослідження перспектив розвитку сталого споживання, проведене сучасними європейськими авторами Фредеріком Вандермуера, Роббе Герцом та Рафа Вандерстратеном, орієнтоване на висвітлення його впливу на політичну активність. Згідно їх гіпотези, індивідуальні дії, спрямовані на стале споживання, можуть призвести до більшої політичної активності [8]. Ця думка свідчить про актуалізацію ідеї спільного блага, в якому наявний акцент на загальний добробут та процвітання.

Попри те, що сучасне суспільство характеризується диференціацією, коли окремі сфери розвивають унікальні форми символічного капіталу, існує потенціал для інтеграції, коли споживацтво може впливати на результати політичний активізм. Сучасний консьюмеризм зосереджується на індивідуальних потребах, на відміну від громадянства, яке наголошує на колективній соціальній відповідальності. Ф. Вандермуер, Р. Герц та Р. Вандерстратен переконані, що саме сталий консьюмеризм здатний подолати цей розрив, сприяючи соціально-екологічним змінам через політичну активність. Більша активність наявна у соціальних груп, що мають високий рівень освіти. Отже, простежується теза щодо важливості знань і критичного мислення у формуванні свідомого споживацького вибору. Водночас автори припускають, що стале споживання з більшою ймовірністю надихатиме нетрадиційні та онлайн форми політичної участі [8].

Консьюмеризм, на думку дослідників, – це не просто придбання товарів для особистого задоволення. Якщо розглядати його крізь призму сталого споживання, то воно стає засобом вираження цінностей, залучення до суспільних проблем та впровадження змін [8]. Цей ширший погляд дозволяє переосмислити, що

задоволення є похідним від споживчого вибору і залежати від усвідомлення позитивного впливу своїх дій на суспільство і навколишнє середовище. Гіпотеза "витіснення" авторів, згідно якої стале споживання може призвести до політичної активності, актуалізує ідею про те, що споживчий вибір може бути формою політичного самовираження. Дане твердження доречно порівняти з концепцією евдемонізму, згідно з якою задоволення від життя полягає в тому, що воно має сенс і сприяє благополуччю інших. Відповідно відбувається своєрідний ренесанс споживання, що базується не лише на матеріальному задоволенні, а й пов'язаний з баченням мети і власного внеску у розвиток суспільства.

Завдяки принципам сталого консьюмеризму здійснюється реконцептуалізація того, що означає бути споживачем, яке заохочує перехід від розуміння споживацтва з точки зору гедоністичного задоволення до більш цілісного погляду, який містить етичні міркування, участь у житті громади та політичну активність як щастя.

Ідеї взаємодії політики та споживання, що має глобальний резонанс, окреслено і в статті Мігеля Мартінеса та Ампаро Васкеса "Політичне споживання їжі в сингуляризованому суспільстві" [6]. Дослідники заглиблюються в концепцію політичного споживання їжі (Political Food Consumption – PFC) в межах Нової соціології сингулярності. PFC розуміється як здатність громадян обирати або відмовлятися від продуктів, тим самим ініціюючи етичні інституційні зміни та трансформації на продовольчому ринку. Ця виборча здатність є важливою формою соціального структурування в сучасному суспільстві, надаючи людям можливість здійснювати вибір.

Поінформовані люди або ті, хто має фінансові можливості, більш здатні робити вибір у споживанні продуктів харчування на власний розсуд. Це, в свою чергу, створює нерівність щодо можливостей доступу та вибору продуктів харчування, які відповідають етичним

міркуванням та стану здоров'я людини. Автори стверджують, що РФС тісно пов'язана з суспільним зрушенням у бік індивідуального структурування, коли особистий вибір у споживанні розглядається як акт політичної та етичної значущості [6]. Це відображає ширшу тенденцію сингулярності, коли індивідуальні дії все більше визнаються за їх колективний вплив. Таким чином, потрібно артикулювати усвідомлення того, що індивідуальний вибір має ширші суспільні наслідки, сприяючи соціальній згуртованості, екологічній сталості. Робиться припущення, що нові громадські рухи можуть відігравати ключову роль у просуванні більш свідомих і відповідальних моделей споживання.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження було встановлено зв'язок між споживачтвом і прагненням до щастя, яке спонукає переглянути сутність цих феноменів та визначити шляхи їх досягнення. Представлено альтернативний погляд на сучасні моделі консьюмеризму крізь призму сталого та свідомого споживання. Зміни у споживачьких практиках безпосередньо впливають на суспільні цінності, переконання індивідуума та сталість суспільства.

Розгляд споживання крізь призму різних філософських світоглядних систем дозволяє краще зрозуміти кореляцію між баченням щастям, задоволенням та прагненням до матеріальних благ. Трансформація

поглядів, що здійснювалась в межах теоретичних поглядів представників евдемонізму, гедонізму, утилітаризму виявляє новий погляд на споживачькі практики. Їх підходи до бачення сутності щастя та задоволення демонструють етико-моральний аспект зазначених цінностей.

Виокремлено три типи споживання: традиційний, сучасний, сталий. Для першого типу притаманна опора на місцеву економіку, підтримку дрібних виробників і ремісників. Важливу роль у формуванні споживчої поведінки та вподобань відіграють соціальні зв'язки і культурні цінності. Другий тип, який наявний у сучасній культурі, характеризується споживачтвом, що орієнтується на досягнення соціального престижу. В ньому споживаються симулякри, які мають символічну цінність. Третій тип – стале споживання – постає як перспектива, яка сприятиме досягненню особистісного зростання та загального добробуту. Стале споживання виступає альтернативою сучасному консьюмеризму, пропонуючи модель, що враховує не тільки індивідуальні, але й колективні потреби та екологічні наслідки для всього людства. Майбутні практики споживання можуть розвиватися у напрямку більш свідомого вибору, що позначатиме процес критичного переосмислення ролі матеріальних благ у житті людей та пошук балансу між матеріальним і духовним задоволенням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баладье Ш., Оврей-Ассея К., Балодє Ж.-Ф., Кассен Б., Клеро Ж.-П., Сен-Жірон Б. Задоволення. Європейський словник філософій: Лексикон неперекладностей. Том перший. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2009. С. 513–526.
2. Торо Г. Д. Волден, або Життя в лісах. Київ: Темпора, 2020. 432 с.
3. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики: Словник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 416 с.
4. Baudrillard J. The Consumer Society. Myths and Structures. SAGE Publications, 1998. 208 p.
5. Burke E. A Philosophical Enquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful. London: printed for R. and J. Dodsley, 1757. URL: <http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-idx?c=ecco;idno=004807802.0001.000> (дата звернення: 18.07.2024).
6. Martínez M. A., Vázquez A. N. Consumo político alimentario en la sociedad singularizada. Revista Española de Sociología, 2022. 31 (2), a101. URL: <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.101> (дата звернення: 18.07.2024).

7. Quoquaba F., Mohammadb J. Sustainable Consumption: Sacrificing for the Future. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2016. Vol. 224. P. 599–604. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.44> (дата звернення: 18.07.2024).
8. Vandermoere F., Geerts R., Vanderstraeten R. Can Sustainable Consumption Trigger Political Activism? An Empirical Investigation of the Crowding-in Hypothesis. *Sustainability*. 2020. Vol. 12 (21). P. 9082. URL: <http://dx.doi.org/10.3390/su12219082> (дата звернення: 18.07.2024).
9. Veblen T. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: MacMillan, 1899. 400 p.

REFERENCES (TRANSLATED&TRANSLITERATED)

1. Baladie, Sh., Ovrei-Asseia, K., Balode Zh.-F., Kassen, B., Klero, Zh.-P., Sen-Zhiron, B. (2009). Zadovolennia. [Pleasure]. *Yevropeiskyi slovnyk filosofii*. S. 513-526 (in Ukrainian).
2. Toro, H. D. (2020). Volden, abo Zhyttia v lisakh. [Walden, or Life in the Woods]. Kyiv: Tempora (in Ukrainian).
3. Toftul, M. H. (2014). Suchasnyi slovnyk z etyky: Slovnyk. [Modern Dictionary of Ethics: Dictionary]. Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU im. I. Franka (in Ukrainian).
4. Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society. Myths and Structures*. SAGE Publications (in English).
5. Burke, E. (1757). *A Philosophical Enquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful*. London: printed for R. and J. Dodsley. <http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-idx?c=ecco;idno=004807802.0001.000> (last accessed: 18.07.2024) (in English).
6. Martínez, M. A., Vázquez, A. N. (2022). Consumo político alimentario en la sociedad singularizada. *Revista Española de Sociología*. Vol. 31 (2), a101. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.101> (last accessed: 18.07.2024) (in English).
7. Quoquaba, F., Mohammadb, J. (2016). Sustainable Consumption: Sacrificing for the Future. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Vol. 224. P. 599–604 <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.44> (last accessed: 18.07.2024) (in English).
8. Vandermoere, F., Geerts, R., Vanderstraeten, R. (2020). Can Sustainable Consumption Trigger Political Activism? An Empirical Investigation of the Crowding-in Hypothesis. *Sustainability*. Vol. 12 (21). P. 9082. <http://dx.doi.org/10.3390/su12219082>(last accessed: 18.07.2024) (in English).
9. Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: MacMillan (in English).

Receive: August 08, 2024

Accepted: September 10, 2024