

УДК 101.1:17.036.+004

**ГЕДОНІСТИЧНА СКЛАДОВА МЕРЕЖІ
ІНТЕРНЕТ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
HEDONIC COMPONENT OF THE INTERNET
AND SOCIAL NETWORKS****Рожко В. А.,**аспірантка, Інститут вищої освіти
Національної академії педагогічних наук (Київ,
Україна), e-mail: urania.010111@gmail.com**Rozhko V. A.,**postgraduate student, Institute of Higher
Education of the National Academy of Pedagogical
Sciences (Kyiv, Ukraine), e-mail:
urania.010111@gmail.com

В сучасних умовах мережа Інтернет та соціальні мережі є необхідною складовою життєдіяльності. Хоча від моменту їх створення вони були орієнтовані на пошук необхідної інформації та підтримання контактів, в сьогоденні їх значущість значно виросла, оскільки контент мережі Інтернет та соціальних платформ у її складі почав набувати статусу джерела пошуку способів отримання задоволення. Їх гедоністична складова не є перебільшеною, оскільки пропозиції явно переважають над запитами по кількості, видам та способам отримання того чи іншого виду задоволення.

Ключові слова: Гедонізм, позитив, задоволення, Інтернет, соціальні мережі.

For today the Internet and social networks are necessary components of life. Although from the moment of their creation, they were focused on finding the required information and maintaining contacts, but today their significance has significantly grown, because the Internet content and its social platforms became a source of ways to get a pleasure. Their hedonistic component is not exaggerated, since the proposals clearly outperform requests according to the number, types, and ways of obtaining one or another way of satisfaction.

Keywords: Hedonism, positive, pleasure, Internet, social networks.

На сьогодні роль мережі Інтернет та соціальних мереж є важливою складовою життєдіяльності людства. Від початку вони були спрямовані на забезпечення інформацією, доступ до різноманітних бібліотек світу, полегшення пошуку далеких родичів та знайомих, і, звичайно, надати радість спілкування на відстані у випадку соцмереж. Але оскільки людська природа має схильність прагнути більшого і не насичуватись отриманим на сьогодні, засоби Інтернет-комунікації та, власне, сама всесвітня мережа Інтернет набули для суспільства нового значення.

Оскільки телебачення та телевізори як електронні засоби почали програвати Інтернету та новітнім гаджетам у своїй функціональності, чимало інформаційно спраглих та шукаючих контенту для приємного дозвілля перейшли у багатомільйонний табір користувачів соціальних мереж, платформи YouTube та лінивого веб-пошуку.

Соцмережі втратили своє комунікаційне призначення вже за кілька років після своєї популяризації і прийняли на себе функцію звеличування его. «Перебільшення, самовихвалання і позитив – три ключі до щастя у світі, де кожному не досить або не дозволено розробляти вдосталь проєктів» – стверджує Тімо Айраксінен у своїй книзі «Щастя. Відверте і чітке бачення щастя і того, чому у нас його немає» [2, с. 146].

Власна сторінка в соцмережах типу Facebook є ідеальним простором для самолюбівання та звеличення его. Часто це відбувається за рахунок публікацій результатів якої-небудь творчості та маніфестування власним рівнем та якістю життя особи. Якщо особа має хоббі, наприклад, фотографування, вона безперечно поділиться цим на своїй сторінці Фейсбук чи Інстаграму, навіть якщо така творчість не буде досить вдалою. Серед друзів, або підписників особи знайдуться ті, хто побачить навіть у відверто невдалих фото «особливий сенс», оцінить його, ставлячи «лайк» та звісно ж, похвалить «митця». Знайдуться й ті, хто захоче просто підтримати товариша, так само ставлячи «лайк» і прокоментують фото компліментами на адресу автора. Кількість подібних «лайків» визначає самооцінку особи на сьогодні, оскільки є своєрідним показником визнання. Не знайшовши достатньої кількості відгуків та «лайків» на своїй сторінці в соцмережі, особа приміряє на себе низку переконань на кшталт «я не цікавий», «я не потрібен», «мене не помічають». Подібне відбувається з показовим рівнем і стилем життя. Чимало людей віддають перевагу красивим, яскравим знімкам з позитивним настроєм та світлими образами. Чим благополучніше виглядає життя особи на знімках, або з її розповідей та нотаток в соцмережах, тим більше бажаючих стати її «фоловерами». А чим більше підписників отримує така «благополучна» з усіх боків особа, тим більше зростає її почуття власної особливості, ліквідності, популярності. З іншого боку – чому переважну кількість користувачів соціальних мереж цікавить життя і побут абсолютно посторонніх людей, чому профілі в Instagram, Facebook та YouTube-канали з мінімальним інформаційним змістом, а часто й відверто абсурдні відео набирають неймовірну кількість переглядів, вподобань та підписників? «Людам завжди цікаво, що відбувається у сусідів за стінкою, а відеоблоги дають можливість покопирсатися в чужій білизні, дізнатися як живуть інші та що і чому вони роблять. Відеоблогер в деякому розумінні – фастфуд-людина, яку ти можеш увімкнути і послухати в будь-який момент і вона швидко може стати твоїм другом, навіть якщо ви ніколи не бачилися в реальному житті. У своїх блогах я намагаюся часто розповідати про речі, які мене: мій глядач зростає разом зі мною – і контент також змінюється, зараз, наприклад, є багато тем про сексуальні відносини, що властиво моєму віку, моєму глядачеві це також цікаво. Він дивиться на моє життя і думає про своє – якщо я розповідаю про мандрівки, йому хочеться більше виходити з дому, якщо говорю про книги, то він прагне більше читати» – розповідає відеоблогерка [4].

Контент соціальних мереж та різноманітних Інтернет платформ не є однорідним та однозначним – кожна публікація може знайти свою аудиторію. Сторінки та профілі у соціальних мережах присвячені спорту вподобають не лише спортсмени та особи, які хоча б мінімально пов'язані з якою-небудь легкою атлетикою чи

синхронним плаванням, тут знайдеться місце і для поціновувачів атлетичної тілобудови як джерела натхнення і приємного споглядання. Fashion-блоги та сторінки зацікавлять однаково як студентів, так і домогосподарок.

Окрему увагу можна приділити новому явищу на платформі YouTube – АСМР (англ. ASMR – Autonomous sensory meridian response), автономна сенсорна меридіональна реакція, в мережі Інтернет його ототожнюють з новим терміном «брейнгазм». Простіше кажучи, це відео, в якому застосовані стимули, що викликають особливі приємні реакції, щось на кшталт «мурашок» по тілу, розслаблення та ілюзію присутності особи, яка поводить перед камерою як у присутності живої людини. Коментарі, які залишають глядачі під такими відео ряснують відгуками про те, як АСМР-відео допомагають краще засинати, розслабитися, отримати естетичне і навіть псевдо-тактильне задоволення. Чимала кількість подібних відеороликів включають в себе так звану «рольову гру», яка симулює присутність лікаря, масажиста, перукаря та будь-яку персональну увагу, яка не потребує зворотнього контакту та в принципі жодних дій.

Опис явища АСМР з роботи в галузі психології: «Можемо зауважити, що смислове поле, яке актуалізується технологією АСМР, може бути співставлене з середовищем безпеки та позитивним досвідом контакту в дитячо-батьківських відносинах. В результаті максимально імітується атмосфера любові і турботи, актуалізується первинний досвід незнакової взаємодії, досвід безпосереднього контакту. Під впливом позитивних сенсорних стимулів свідомість здійснює регресію в дитячий стан, який характеризується безтурботністю та максимальним ступенем комфорту. Виходячи з вищезазначеного, ми вважаємо, що буде корисно розвести сам сенсорний ефект, якому, власне відповідає термін АСМР (Автономна сенсорна меридіональна реакція), та тригерну основу впливу. Логічніше було би назвати технологію не за ефектами сприйняття, а за інструментальним наповненням. В цьому сенсі АСМР – технологія медіавпливу, яка близька до класичних процедур введення у стан трансу. В інструментальному плані в рамках цієї технології здійснюється цілеспрямований пошук, відбір та синтез стимулів, що направлені на отримання безумовно позитивних (за знаком) відгуків в сенсорній системі реципієнта» [3, с. 85].

АСМР є досить новим явищем та наразі не настільки популярне як, наприклад, клондайк порнографічних матеріалів в мережі Інтернет. Практично все, на що здатна людська уява та різносторонні і вибагливі смаки індивідуума наповнює всесвітню мережу. Доступність, зручність та безкоштовність посприяли популяризації порнографії та її похідних, і наразі пересічного індивідуума навряд чи здивує відеозапис статевого акту з тваринами, новітніми кіберпристроями чи навіть небіжчиками. Хоча, останнє (з огляду на висококонцентровану

аморальність) з великою вірогідністю публікуватиметься не в загальній мережі Інтернет, але в її під-мережі, так званій «тіньовій мережі» доступ до якої можна отримати лише за допомогою спеціального програмного забезпечення. Зручність та відсутність необхідності оплати за такий вид і спосіб задоволення дає зелене світло для перегляду порнографічних матеріалів у будь-яку хвилину та практично у будь-якому місці, коли і де цього захоче особа. Для любителів персональної уваги та прямої взаємодії існують так звані «веб моделі» – фактично жінки (або чоловіки), які надають сексуальні веб-послуги за певну оплату. Перед веб-камерою втілюються побажання особи-замовника, що супроводжується невимушеним спілкуванням та відчуттям безпеки від венеричних захворювань та можливої агресії.

Серед численних порнографічних матеріалів в мережі Інтернет можна виділити еротичну та порнографічну літературу, яку важко знайти в книжкових крамницях міста, або на розпродажі у букіністів. У якості яскравого прикладу можна розглянути твори Еммануель Арсан, чийм *magnum opus* є роман «Еммануель». Авторка використовує відверті епітети та майже не вживає евфемізмів для опису сексуальних сцен, що надає читачам той самий брейнгазм.

Р. Г. Апресян у своїй роботі звертає увагу на однорідність сюжетних ліній творів Е. Арсан: «В естетико-еротичному світі Арсан насолода вважається найвищою цінністю, але вона аж ніяк не має бути негайною і власною. Еротист варіює і модулює насолоду. Він може знаходити задоволення не тільки в переживанні насолоди, а й у відмові від неї – з якихось причин, в тому числі пов'язаних з партнером. У цьому світі не допускається жодного найменшого страждання – ні свого, ні чужого. Естет – еротист всім порядком свого життя облаштовує простір насолоди, відкритий всьому навколишньому світу і містить умови для насолоди кожного. В одному з наступних творів – «Еммануель і її діти» (ні в літературному, ні в філософсько-еротичному відношенні не порівнянному з першим романом) Арсан описує громаду, життя якої підпорядковане принципу задоволення і є призначеним для нього.

Ці сексуально-еротичні моделі, виведені в художніх творах мають аналоги в реальному житті. Садистична модель є більш реалістичною, оскільки передбачуваний нею спосіб реалізації сексуальності і отримання насолоди ґрунтується на сексуальній експлуатації різних інших людей. Арсанічна модель утопічна як цілісний проект життя, але цілком реалістична як модель не життя в цілому, а однією з її сторін – сексуальності, еротичності, інтимності. Інша справа, що в ній все життя зведене до сексуальності, еротики, інтимності і без них не має жодного іншого власного змісту» [1, с. 63].

Очевидно, що «фонові» події та сюжетні лінії не мають великого значення, адже читач отримує те, для чого придбав чи завантажив таку книгу – еротичне задоволення.

Результати проведеного дослідження виявляють, що мережа Інтернет та соціальні мережі з часом втратили своє пряме інформаційне призначення та часто використовуються як джерело пошуку насолоди. Це підтверджують як основний контент соціальних мереж так і нові явища на кшталт АСМР. Якщо індивідуум не захоплює контент, поданий іншими особами, він створює власний, часто використовуючи у якості наповнення власної сторінки чи сайту самого себе, чи свій власний спосіб життя. Змістовність, моральність та глибокий сенс не є принциповими критеріями розважального контенту, якщо головна мета індивідуума – отримання задоволення.

Список використаних джерел

1. Апресян, РГ., 2005. 'Принцип наслаждения и интимные отношения', *Человек*, №5, с.56–66.
2. Тимо Айраксинен, 2017, пер. з фінськ., Львів: *Видавництво Анетти Антоненко*; Київ: *Ніка-Центр*, 208 с.
3. Шкарин, ДЛ., 2018. 'Уровневый анализ ASMR-технологии и определение ее значения в современном социальном контексте', *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*, Вып.1, с.79–87. DOI: 10.17072/2078-7898/2018-1-79-87
4. Посилання: <https://daily.afisha.ru/brain/3093-fastfud-lyudi-v-chem-fenomen-youtube-i-pochemu-mir-shodit-s-uma-po-videoblogam/>

References

1. Apresjan, RG., 2005. 'Princip naslazhdenija i intimnye otnoshenija (The principle of pleasure and intimate relationships)', *Chelovek*, №5, s.56–66.
2. Tymo Ajraksynen, 2017, per. z fins'k., L'viv: *Vydavnyctvo Anetty Antonenko*; Kyi'v: *Nika-Centr*, 208 s.
3. Shkarin, DL., 2018. 'Urovnevyy analiz ASMR-tehnologii i opredelenie ee znachenija v sovremennom social'nom kontekste (Level Analysis of ASMR – Technology and Determination of Its Meaning in the Modern Social Context)', *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija. Psihologija. Sociologija*, Vyp.1, s.79–87. DOI: 10.17072/2078-7898/2018-1-79-87
4. Posylannja: <https://daily.afisha.ru/brain/3093-fastfud-lyudi-v-chem-fenomen-youtube-i-pochemu-mir-shodit-s-uma-po-videoblogam/>

* * *