



УДК 323.2:616.89-008.442.6

## МЕРЕЖЕВИЙ НАРЦИСИЗМ ЯК ВАГОМИЙ РЕСУРС У СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

**О. В. Романюк,**  
викладач кафедри філософії та соціології,  
Національний медичний університет імені О.О. Богомольця

У статті висвітлено певні особливості мережевого нарцисизму, зроблена спроба визначити це поняття як категорію, розглянуто деякі аспекти залучення української молоді як майбутніх виборців до мережевого нарцисизму та проаналізовано кілька політичних технологій, для успішної реалізації яких може бути використаний мережевий нарцисизм. У результаті дослідження з'ясовано, що «чистих» мережевих нарцисів серед опитаних становить 5,8%, натомість «здорових» – до 75%. Аналіз відповідей на питання анкети свідчить про доцільність використання мережевого нарцисизму як ресурсу для таких політичних технологій: «Нагадування про себе», «Роби зі мною», «Звіт перед виборцями», «Шоу двійників», «Мережеві дебати», «Легітимація політичної влади», «Політичне консультування», «Одноставна думка».

*Ключові слова:* нарцисизм, мережевий нарцисизм, політичні технології.

**O. V. Romanuk,**  
teacher, Department of Philosophy and Sociology,  
of National O.O. Bohomolets Medical University

### NETWORKING NARCISSISM AS IMPORTANT RESOURCE WITHIN CONTEMPORARY POLITICAL TECHNOLOGIES

Outlining the concept of networking narcissism we tried to analyze involvement of Ukrainian youth as future voters. The study found out that 5,8% of respondents are «pure» network narcissus, while up to 75% – are «normal». Analysis of the responses to the questionnaire developed according to N. Panina requirements showed the feasibility of using networking narcissism as resource for the following political technologies: «Reminder of myself», «Do with me», «Report to the voters», «Twins show», «Network debates», «Legitimization of political power», «Political consulting», «Unanimous opinion».

*Key words:* narcissism, networking narcissism, political technologies.

**О. В. Романюк,**  
преподаватель кафедры философии и социологии,  
Национальный медицинский университет имени А.А. Богомольца

### СЕТЕВОЙ НАРЦИССИЗМ КАК ВЕСОМЫЙ РЕСУРС В СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЯХ

В статье освещены некоторые особенности сетевого нарциссизма и предложено определение этого понятия; рассмотрены некоторые аспекты привлечения украинской молодежи как будущих избирателей к сетевому нарциссизму; проанализировано ряд политических технологий, для успешной реализации которых может быть использован сетевой нарциссизм. Исследование показало, что «чистых» нарциссов (самовлюбленность за границей нормы) составляет лишь 5,8% опрошенных, тогда как «здоровых» нарциссов – до 75%. Присоединение украинской молодежи к сетевому нарциссизму может быть использовано как весомый ресурс в реализации некоторых политических технологий: «Напоминание о себе», «Делай со мной», «Отчет перед избирателями», «Шоу двойников», «Сетевые дебаты», «Легитимация политической власти», «Политическое консультирование», «Единоголосное мнение».

*Ключевые слова:* нарциссизм, сетевой нарциссизм, политические технологии.

**Постановка проблеми.** Нарцисизм виражається у виключній самозакоханості. На наш погляд, є кілька причин поширення в сучасній Україні нарцисизму як такого, у тому числі його різновиду – мережевого нарцисизму: від зменшення емпатії та альтруїзму серед людей до приєднання України до світового Інтернету. У будь-якому разі одним зі шляхів демонстрації

нарцисизму стали ЗМІ, гіперпростір, зокрема соціальні інтернет-мережі, так звана культура реальної віртуальності. Однак постає питання про можливість використання в Україні сучасної хвилі омолодженого мережевого нарцисизму як ресурсу для реалізації політичних технологій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Джерельну базу цього дослідження складають

© Романюк О. В., 2015

наукові доробки вітчизняних учених за двома напрямками – дослідження мережевого нарцисизму та дослідження політичних технологій.

Загалом мережевий нарцисизм розглядається або у векторах, у яких досліджується і нарцисизм у цілому або як підґрунтя для маркетингових маніпуляцій. Так, мережевий нарцисизм досліджують: В.Савончак (маніпуляції в мережевому нарцисизмі); В.Андрущенко, О.Даниленко, М.Чабаненко (вторинний нарцисизм); Е.Мануйков (мережевий капітал); Х.Буй, Д.Іващенко, А.Мачача, І.Пиголенко (вплив соціальних мереж на розвиток особистості) та ін.

Деякі дослідники акцентують увагу на окремих аспектах цієї тематики, виділяючи зокрема, комунікативну складову: як обличчя в аватарі спрощує спілкування (Д.Бураго); спілкування потрібно для підкреслення власної унікальності і неповторності (Ж.Липовецький). Також наголошується на відповідальності, тобто обґрунтовується, що віртуальності вдається уникати соціальної відповідальності, декларуючи свою нереальність (Л.Мазур).

Політичні технології, крім політтехнологів, досліджують електоральні маркетологи, іміджмейкери, політконсультанти, PR-менеджери, спін-доктори, медіа-спікери, психологи, педагоги та ін. Тож розгляд політичних технологій відбувається за багатьма напрямками: М.Головатий, А.Коваленко, М.Обушний, О.Ткач (концепція менеджменту PR); Г.Почепцов, С.Телешун, Л.Тупчієнко (українські політтехнології: «за» і «проти»); О.Титаренко (технології як складова публічної політики та управління); В.Тертична (інструменти суспільної політики та практика застосування в Україні); В.Васютинський (масова політична свідомість як простір для популістських маніпуляцій); І.Миклащук, О.Петров, В.Полторак, П.Фролов (маніпуляційні технології); Л.Кочубей (виборчі технології); І.Зварич (технології політизації етнічності); І.Рейтерович («мова компромату») та ін. На думку В.Бебика та М.Кошелюка, політичні технології детермінуються певною національною, соціальною та іншою ментальністю.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Феномен нарцисизму досліджується: політологами (вияв нарцисизму серед владної еліти); соціологами (поведінкові аспекти нарцисизму з огляду на різні соціальні групи); психологами (нарцисизм окремої особистості); філософами (природа нарцисизму) та ін. Однак мережевий нарцисизм у науковому дискурсі досліджено недостатньо, тому, віддаючи перевагу

«методологічному плюралізму» в межах політичного знання, розглянемо раніше не досліджену проблему використання мережевого нарцисизму в реалізації деяких політичних технологій.

**Мета** статті полягає в дослідженні можливості використання в Україні мережевого нарцисизму як ресурсу для реалізації політичних технологій.

Виходячи з мети ставимо такі **завдання**: проаналізувати основні особливості мережевого нарцисизму; установити рівень залученості сучасної української молоді як майбутніх виборців до соціальних інтернет-мереж та мережевого нарцисизму; окреслити та проаналізувати політичні технології, для успішної реалізації яких вагомим ресурсом може бути мережевий нарцисизм.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Передусім необхідно окреслити понятійний апарат, а саме, що у своєму дослідженні ми будемо розуміти під термінами «мережевий нарцисизм» і «політичні технології».

Розглядаючи поняття «політичні технології», зауважимо: нами поділяється точка зору вітчизняного вченого М.Головатого, що під цим терміном слід розуміти сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату (методів застосування об'єктивних законів політики, матеріалізація абстракцій політичної науки в конкретні рішення, документи, нормативи, розпорядження) [5, с. 25–42]. Зазвичай у науковій літературі виокремлюють такі політичні технології: розробка/реалізація/ухвалення політичних рішень та проєктів; здобуття/формування/утримання/розширення/зміцнення політичної влади, зокрема виборчі технології, діяльність політичних партій/об'єднань/організацій; формування громадської думки, політичної свідомості та культури; узгодження суспільних інтересів та залагодження конфліктів. Також виокремлюють: маніпулятивні, комунікативні, публічності, менеджменту та ін. Є кілька основних класифікацій політичних технологій: демократичні/недемократичні; базові/другорядні; загальні/індивідуальні.

Щодо поняття «нарцисизм», то наведемо кілька прикладів визначень, які розкривають це поняття з різних точок зору. Для політологів нарцисизм – демонстративний спосіб життя, засіб «отримання піднесення і непристойної насолоди від знуцання над народом держави» [4, с. 148]. У психологів термін «нарцисизм» вживається стосовно людини, яка закохана в себе настільки, що думка суспільства з приводу цієї самокоханості їй зовсім не цікавить. Також нарцисизм розглядається як розлад особистості, коли вся чуттєва

енергія спрямовується тільки на себе. Ще нарцисизм характеризує людину, яка отримує задоволення за рахунок споглядання власного тіла, зокрема, окремих його частин. Крім того, нарцисизм – це претензійне захоплення іншими людьми, за яким ховається власна уразливість, що пов'язана з емоційною спустошеністю, соромом, прихованою ярістю. Постмодерністи Ж.Бодріяр, С.Жижек під нарцисизмом розуміють «соціальну технологію продукування жадання» [9, с. 10]. Для соціологів нарцисизм означає спрямування соціальної активності людини на споживання й опанування статусних фетишів.

Поняття «мережевий нарцисизм» у наукових дослідженнях розглядається як звичайний нарцисизм, але перенесений у віртуальний світ. Через відсутність визначення терміна «мережевий нарцисизм» спробуємо окреслити визначення цього терміна. Із цією метою необхідно виокремити та проаналізувати деякі особливості мережевого нарцисизму.

Так, на наш погляд, вже у самому словосполученні закладена суперечність, оскільки нарцисизм – це вади окремої особистості, тобто маємо суто індивідуальний характер явища, а слово «мережа» означає приєднання до інших, тобто маємо колективний характер. Друга суперечність стосується вибору: з одного боку, нарцисизм є індивідуальним вибором думки, стилю поведінки, вчинків; з другого – приєднання в інтернет-мережі до групи, команди, соціального напрямку мережі позбавляє людину індивідуальної свідомості, мислення, відповідальності тощо (психологія натовпу – Г.Гурджієв, Г.Лебон, Ч.Маккей), а отже, вибір відбувається колективно, необдуманно, спонтанно, безвідповідально. Мережевий нарцисизм позбавляє особистість фундаментальної основи для самоідентифікації, зменшує діапазон щоденних виборів. Ще одна суперечність пов'язана з існуванням, адже нарцис існує в реальному житті та має реальні проблеми, які потребують розв'язання. Натомість, мережевий нарцисизм пов'язаний із наслідуванням, прагненням здаватися, а не бути насправді. Мається на увазі те, що в мережі людина не обов'язково насправді нарцис, це може бути позер (той, хто повторює).

До інших особливостей мережевого нарцисизму можна віднести такі: відрізняється від нарцисизму відсутністю страху перед публічністю, зарозумілістю (Джин М.Твендж); мережевою заглибленістю у самотність (Я.Башманівська); спробою мас наслідувати поведінку відомих людей, у тому числі політиків (О.Яншина); безсуб'єктною

«спільнотою без спільноти» (О.Оленєв); інформативним нарцисизмом – усі знають усе, але ніхто не думає (Н.Габлер); наявністю візуальних доказів свого існування (Маріуш Чубай); особливим типом постмодерної чуттєвості, «інтуїтивним мисленням» з притаманною метафоричністю, асоціативністю (Л.Удовика); надзвичайним обсягом подібного контенту (Мірослава Філічка) тощо.

Виходячи з вищезазначеного, на нашу думку, мережевий нарцисизм – це психоемоційний, духовний та інтелектуальний стан групи людей, згідно з яким більшою чи меншою мірою самозакохані особистості шукають публічності, нерозважливо наслідуючи відомих людей шляхом демонстрації себе в соціальних мережах Інтернету.

Вчені по-різному класифікують мережевий нарцисизм: цифрова сучасність (О.Оленєв), Y-генерація, millennials та ін. Однак усі сходяться в одному: в основі мережевого нарцисизму – ілюзія про те, що ти кращий, ніж є насправді, і при цьому кращий за інших [1].

Наступний етап нашого дослідження стосується вивчення майбутнього електорату – залученості української молоді до мережевого нарцисизму в соціальних мережах Інтернету. Вибір цієї соціальної групи зумовлений двома причинами: нами розглядається використання мережевого нарцисизму в перспективі (потреба попередньої розробки проєктів) та тим, що сучасні українські «слухняні» виборці люди середнього та похилого віку, які меншою мірою залучені до соціальних інтернет-мереж через страх перед новітніми технологіями, високою вартістю їх купівлі, обслуговування, допоміжного обладнання, побоювання складного і незрозумілого в цілому.

З метою дослідження мережевого нарцисизму в сучасному українському суспільстві нами було розроблено згідно з технологією соціологічних досліджень [10] тематичний опитувальник. Питання складались блоками: перший блок містив питання, спрямовані на з'ясування рівня залученості людини до інтернет-мереж; питання другого блоку, власне, дали змогу з'ясувати наявність нарцисичних виявів у респондентів (містились і верифікаційні питання); третій блок складала питання паспортного характеру. Опитувальник було роздано учням приватного навчального закладу м. Києва (Шевченківський район) – Лицею політики, економіки, права та іноземних мов – єдиному навчальному закладу району, де вивчають політологію. У цьому закладі високі показники зовнішнього незалежного тестування з усіх дисциплін, великий відсоток випускників навчають-

ся у ВНЗ України на державній основі, щороку кілька випускників вступають до кращих ВНЗ Європи та Америки. Усього взяло участь у пілотному опитуванні 103 особи, що і склало 100%.

Перше завдання, яке ми ставили перед собою, – відмежування майбутнього електорату, на який можна буде впливати через Інтернет, а саме молоді, яка сьогодні цілий день «сидить» у соціальних мережах. Так, на запитання «Скільки часу щодня проводиш в соціальних мережах?» відповіді респондентів розподілилися таким чином: іноді – 30,1%; за необхідності – 21,4%; не більше години – 16,5%; дві–три години – 15,5%; протягом поїздки в транспорті – 2,9%; весь вечір – 2,9%; 10,7% респондентів указали на те, що не замислювались над часом, який витрачають щодня на Інтернет. Респондентів, які не користуються соціальними інтернет-мережами, не виявилось. Можна також стверджувати, що цілодобово ніхто не «зависає» в соціальних мережах.

Масштабна включеність молоді (100% опитаних) до Інтернету, на наш погляд, може свідчити про суттєві зміни, що відбуваються в епоху «постіндустріального», «інформаційного», «мережевого» суспільства, характерними ознаками якого є плюралізм, індивідуалізація, соціальна мобільність людини, курс на знання, науку, освіту. Останнім часом політологи зауважують, що навіть сучасна влада набуває мережевого характеру, завойовуючи будь-які території, де є гроші та адміністративний ресурс (С.Белковський). Сучасна індивідуалізація пов'язується вченими з оновленням традицій, свідомою їх трансформацією і творенням «культури нарцисизму». Увага фокусується на структурах, які виникають довкола особистості, зокрема інтернет-мережі, а не колективу чи групи. Як вважає І.Колесник, проблеми сучасної людини – це емоційне спустошення, довіра лише до власних ресурсів та знань, комунікативні труднощі, вибір, що ускладнений розмаїттям знання [7, с. 184–20].

На запитання «Що Ви робите в Інтернеті?» відповіді розподілились так: читаю новини – 59,1%; спілкуюсь з друзями, родичами, знайомими – 33%; шукаю друзів – 1%; публікую свої фото – 3%; пишу про себе, свій досвід – 2,9%; розповідаю про своє хобі – 1%.

В опитувальник було закладено й верифікаційні питання. Так, відповіді на запитання «На інших дивишся, а себе демонструєш?» засвідчили, що 55,3% респондентів витрачають час на демонстрацію себе в різних соціальних мережах; 24,3% вказали на те, що не дивляться на інших; 20,4% опитаних відповіли, що не демонструють себе.

Аналізуючи результати анкет, необхідно значити таке. По-перше, напевне, відповідаючи на попереднє запитання, респонденти намагались виглядати привабливіше, а на верифікаційне запитання, що містилося майже наприкінці опитувальника, відповідали «втративши пильність».

По-друге, треба пам'ятати про взаємозв'язок, взаємодію, взаємопроникненість усього на світі (живої і неживої природи тощо), тобто соціальні інтернет-мережі поступово стають складовою частиною життя людини в цілому. Наприклад, Б.Латура у своїй акторно-мережеві теорії стверджував, що люди й речі (не-люди) залучені до єдиної системи соціальної взаємодії. Таким чином, в основу речей, матеріальних об'єктів покладено їхню соціальну природу, яка розглядається з перспективи культурної пари. У разі мережевого нарцисизму такою культурною парою є природне буття/віртуальне буття. Вагома роль речей для сучасних людей є безперечною, а отже, віртуальне життя, реалізація особистості в ньому набувають значущості. Так, на думку Б.Латура, взаємодія людей відрізняється від взаємодії мавп саме присутністю речей. Люди/humans і не-люди/nonhumans, речі, предмети вступають в активну взаємодію та створюють нові стосунки, соціальні зв'язки, мережі комунікацій – соціальний простір [8, с. 79–96].

Таким чином, створення 55,3% опитаних соціального простору для демонстрації себе є закономірним. Так само є закономірним і те, що понад 20% опитаних навіть не мають потреби дивитися на інших. Головна потреба на рівні щоденної звички – демонструвати себе. Наприклад, Ж.Бодріяр виокремлює побутові (буденні), культурні (ціннісні) та соціальні функції речей. Побутові речі створюють звички, адже поведінкові стереотипи людей формуються навколо звичних речей і предметів. «Як на кожен день є свій святий – так і для кожної проблеми є своя річ; головне – у потрібний момент виготовити її і викинути на ринок» [2, с. 65]. Таким чином, сама поява Інтернету, його швидке й убіквітарне (всюдисуще) поширення спонукають до появи нових стереотипів серед людей, пов'язаних з інтернет-комунікаціями та екстраполяцією побутових звичок природної реальності у віртуальну реальність.

Можемо припустити, що користувачі соціальних інтернет-мереж не ідентифікують себе як мережевих нарцисів, не усвідомлюють свого статусу. Із соціальним статусом людини пов'язана культурна функція речей. Ідентичність людей визначають речі. Представники різних класів, соціальних груп розрізняються між собою не лише

марками автомобілів, одягом, будинками, а й статусною поведінкою. Аристократи, інтелектуали відвідують, зазвичай, театри та концерти, а не стадіони й кінозали [3, с. 319–323]. Натомість, сучасна молодь, і не тільки молодь, а й в принципі сучасна людина, «відвідує» Інтернет з усіма його соціальними мережами. Різні запити до Інтернету й формують різні статуси сучасної глобалізованої людини, зокрема української молоді. Соціальна функція речей зумовлена процесами соціалізації людей, входженням у соціум та визначенням свого місця в ньому. Матеріальні предмети, речі виконують також важливу психологічну функцію, устанавлюючи рівновагу, знімаючи напруження і стреси з людини. На нашу думку, до таких матеріальних предметів можна віднести й ті аспекти інтернет-життя, які породжують мережевий нарцисизм.

Так, відповіді на запитання «Як Ви себе демонструєте у соціальних інтернет-мережах?» розподілилися таким чином: викладаю фото – 41,7%; допомагаю іншим – 10,7%; роблю світ кращим – 7,8%; веду групу/блог – 7,8%; заряджаю своїми позитивними фото інших – 4,9; маю інтернет-магазин – 2,9%; самопіар – 2,9%; розплескую негатив – 0%; ніяк – 21,3%.

Під впливом глобалізації відбувається інтенсифікація інтеркультурних контактів, що неминуче включає в дію механізм порівняння, вплив якого посилюється у ЗМІ. Саме через дію такого механізму виникають ресентиментальні цінності, зокрема самоцінність нарцисичного «Я». Проте ресентимент набуває якісно нової форми тоді, коли він стає творчим та починає створювати власні цінності – протилежні тим, що їх сповідує панівна група. Наприклад, у сучасному українському суспільстві, з огляду на відповіді респондентів на наступні запитання, відбувається певне викривлення загальнолюдських цінностей у напрямі мережевого нарцисизму.

Відповіді на запитання «Які фото Ви викладаєте?» демонструють, що більшість респондентів зосереджені на «собі коханих». Наприклад, фото з власних подорожей – 22,3%; демонструють свій стиль життя – 20,4%; фото всяких випадків зі свого життя – 19,4%; селфі – 11,7%; «Я – сексі» – 5,8%; «Я і мій коханий» – 1,9%; «ганяють понти» – 1,9%; фото своєї хатньої тваринки – 1%; демонструють красиві частини свого тіла – 1%. Не зосереджуються на собі, виставляючи фото інших, – 14,6%.

Кількість фотознімків у соціальних інтернет-мережах у респондентів нарцисичної природи сягає кількох альбомів, у кожному сотні фото. Зокрема, взагалі немає фотоальбомів лише у

10,7% опитаних; кілька ключових фото – у 33%; до ста мають 13,6% респондентів; до п'ятисот – 13,6%; до 1000 – 5,8% тощо.

У цьому зв'язку Р.Зимовець звертає увагу на присутність у ресентиментах антропологічної константи. Цінності ресентименту є: а) інверсивними; б) компенсуючими за своїм характером. По-перше, вони завжди автентичні панівним цінностям. Сам ресентимент є продуктом порівняння. Вони усвідомлюють власну цінність лише порівняно з іншими та сприймають цінності залежно від того, як їх сприймають інші. По-друге, ресентиментальні цінності являють собою форму ілюзорної компенсації страждання, почуття припинення. З психологічного погляду ресентимент характеризується: а) затримкою безпосередньої, «активної» реакції на певну дію іншого, яка сприймається як приниження; б) розрядкою напруження, яке може відбуватися в різних формах. У сфері дозвілля відбувається перетинання цих обох моментів. У них присутні обидва механізми розрядки та гіперболізований предмет ресентименту [6, с. 148–190].

Доказом вищезазначеного є, на наш погляд, відповіді на запитання «Чи копіюєте Ви фото селебритіс?». Результати отриманих даних розподілилися таким чином: стверджувально відповіли 8,6% респондентів (зокрема позиція «лише деякі пози» – 2,9%; «роблю фото в тих самих місцях, де і вони» – 1,9%; «фото в такому самому одязі» – 1,9%; «з таким самим манікюром, зачіскою, макіяжем» – 1,9%). Негативну відповідь дали 89% опитаних; не пам'ятають – 2,4%.

Існує думка, що для більшості людей Інтернет – шлях втрати індивідуальності, втрата самого себе, своєї самості; шлях, який веде в остаточному підсумку до тотальної індивідуалізації. Кризове породження поліфонічної самості дає про себе знати в посиленні таких рис, як відчуженість (К.Маркс), «покинутість» (М.Гайдегер), «одномірність» (Г.Маркузе), суперечливість, втрата, «мовчазна пасивність» (Ж.Бодріяр). Як наслідок, це призводить до викривлення як внутрішньої, так і зовнішньої реальності у свідомості людини.

Так, на запитання «Яким фотознімкам Ви віддасте перевагу?» отримано такі відповіді: «я на якомусь тлі» – 31%; «я з друзями» – 40,8%; «я з тваринами» – 2,9%; «фото без мене» – 11,7%; тільки селфі – 5,8%; «я і природа» – 7,8%.

Отже, кількість опитаних, які виявилися приєднаними до соціальних інтернет-мереж, – 100%, кількість «здорових» мережевих нарцисів – (до 75%), кількість «чистих» мережевих нарцисів (5,8%); приєднання молоді до ресентиментних

цінностей тощо дають підстави розглядати мережевий нарцисизм як вагомий ресурс для сучасних політичних технологій в Україні. Наступним етапом нашого дослідження є виокремлення та аналіз саме таких політичних технологій.

М.Головатий зауважує, що «використання політичних технологій зумовлене конкретними соціальними, політичними ролями, які постійно виконує суб'єкт політики, оскільки кожна окрема людина завжди має відповідний соціальний статус, пов'язана з конкретними соціальними проблемами, впливом на їх розв'язання» [5, с. 27]. Учений вважає, що цим і зумовлені особливості використання політичних технологій за різних умов.

Так, на наш погляд, мережевий нарцисизм може бути ресурсом у разі використання такої політичної технології, як «Нагадування про себе». З огляду на те, що опитані нами «завтрашні» виборці багато часу проводять у соціальних мережах (100% опитаних присутні у різних соціальних мережах Інтернету від однієї години (16,5%) до трьох годин (15,5%), до того ж 2,9% – цілий вечір), їх використання для нагадування про себе є більш ніж доцільним. Оскільки мережеві нарциси («чистих» мережевих нарцисів з опитаних виявилось лише 5,8% – рівно стільки респондентів мають до 1000 власних фотознімків в інтернет-альбомах, рівно стільки вважають себе суперсексуальними, рівно стільки віддають перевагу селфі «себе коханих») мають достатнє відчуття власної значущості, а отже, думають, що їхні голос і точка зору є важливими у виборах та інших політичних заходах – цю категорію можна вважати цільовою аудиторією технології «Нагадування про себе».

Натомість така технологія, як «Зроблю те, чого ніхто не зробив» на мережевих нарцисах, на нашу думку, не спрацює. Це пов'язано з тим, що ніхто не може бути кращим за нарциса, а, відповідно, і діяти краще ніхто не зможе. Цю технологію варто замінити на технологію «Роби зі мною», запрошуючи через соціальні мережі нарцисів до спільної участі в різних акціях. Підставою для такого висновку є відповіді респондентів (допомагають іншим – 10,7%, роблять світ кращим – 7,8%, заряджають своїми позитивними фото інших – 4,9%). Слідом за технологією «Роби зі мною» мережевих нарцисів можна долучити до технології «Звіт перед виборцями», знову таки нагадуючи про себе розсилкою через соціальні мережі Інтернет звіту, де є фото з акцій політичного лідера разом з учасниками.

На мережевих нарцисів дієво може вплинути технологія «Шоу двійників». До політичного лідера в результаті використання в соціальних мережах Інтернету цієї технології можна приєднати

і схожих за зовнішністю людей, і людей з однаковим прізвиськом та ім'ям, і всіх їхніх родичів та друзів (полюбляють фотографуватися з друзями 40,8% респондентів та на якомусь тлі – 31%).

Останнім часом набирає обертів технологія «Мережеві дебати»: може бути за зразком «Теледебатів» між лідерами тільки поширених «вірусом» у соціальних мережах з конкретною адресою нарциса, або у вигляді можливості нарцису ставити питання особисто політичному лідеру (копіюють фото селебритіс 8,6% респондентів; хочуть знати все про всіх 11,7%; шукають знайомств 1,9%; хочуть бути прогресивними – 3,9% опитаних).

Вагомим ресурсом мережевий нарцисизм є для реалізації технології «Легітимація політичної влади» (сумарно серед опитаних більшою чи меншою мірою здорових мережевих нарцисів загалом близько 75%). Вважаємо, що серед представників мережевого нарцисизму варто поширювати технологію «Політичне консультування».

Оскільки у мережевих нарцисів вже сформована однотайна думка (щодо власної привілейованості), через них достатньо легко можна передавати велику кількість різноманітних політичних повідомлень як безсистемно, так і підпорядковуючи інформацію відповідній пропаганді (позиція «вільний та швидкий доступ до інформації» отримала 55,3%).

**Висновки.** Підсумовуючи зазначимо, що на сьогодні в Україні мережевий нарцисизм, на відміну від політичних технологій, не достатньо досліджений. Нами проаналізовано низку таких особливостей мережевого нарцисизму: ґрунтується на суперечностях; має індивідуально-колективний характер; позбавляє особистість фундаментальної основи для самоідентифікації; зменшує щоденний вибір; мережевий нарцис не обов'язково існує в реальності як конкретна людина. Установлено, що 100% опитаних залучені до соціальних інтернет-мереж, з них «чистих» мережевих нарцисів становить 5,8% опитаних; натомість «здорових» – до 75%. На наш погляд, доречно використовувати мережевий нарцисизм як вагомий ресурс для успішної реалізації таких політичних технологій: «Нагадування про себе», «Роби зі мною», «Звіт перед виборцями», «Шоу двійників», «Мережеві дебати», «Легітимація політичної влади», «Політичне консультування», «Однотайна думка».

**Перспективи подальших досліджень.** Подальшого дослідження потребує реалізація «Інформаційних політичних технологій» (формування та спрямування відповідних інформаційних потоків заангажованих владою медіа-корпорацій) із залученням мережевого нарцисизму.

### Список використаних джерел

1. Блэк С. Введение в публик рилейшнз : пер. с англ. / С. Блэк. – Ростов-н/Д : Феникс, 2011. – 317 с.
2. Бодриар Ж. Система вещей / Жан Бодриар ; пер. с фр. С. Зенкин. – М. : РДОМИНО, 2001. – 104 с.
3. Бут В. П. Соціально-філософський аналіз феномена людини в кризовому соціумі / В. В. Бут // Наук. зап. КУТЕП. Серія: «Філософські науки». – 2011. – Вип. 10. – С. 313–326.
4. Бушанський В. Постмодерн, кітч, нарцисизм / Валентин Бушанський // Наук. зап. ІПіЕНД імені І.Ф.Кураса НАН України. – К., 2011. – Вип. 4 (54). – С. 137–149.
5. Головатий М. Ф. Політичні технології: механізм і мистецтво здобуття політичної влади / М. Ф. Головатий // PR в органах державної влади та мистецтво самоврядування : монографія / [О. В. Бабкіна, В. В. Басалюков, В. М. Бебик та ін. ; за заг. ред. В. М. Бебика, С. В. Куніцина]. – К. ; Сімферополь : МАУП, 2003. – С. 25–42.
6. Зимовець Р. В. Протестний потенціал модерної культури / Р. В. Зимовець // Ідея культури: виклики сучасної цивілізації / Є. К. Бистрицький, С. В. Пролєєв, Р. В. Кобець, Р. В. Зимовець. – К. : Альтер-прес, 2003. – С. 148–190.
7. Колесник І. І. «Повернення до речей» як перспектива історичних досліджень / Ірина Іванівна Колесник // Укр. іст. журн. – 2012. – № 3. – С. 184–20.
8. Латур Б. Об интеробъективности / Б. Латур ; пер. с англ. Смирнов А. ; ред. Вахштайн В. // Социологическое обозрение. – 2007. – Т. 6. – № 2. – С. 79–96.
9. Маклаков А. Непристойное наслаждение: опыт радикальной мысли / А. Маклаков, А. Шевченко. – К. : СПД Моляр С.В., 2010. – 412 с.
10. Панина Н. Технология социологического исследования / Н. Панина. – [2-е изд.]. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2001. – 277 с.

### References

1. Black S. Vvedenie v public relations: per.s angl. [Introduction to Public Relations: translation from English], Rostov-na-Donu, Phoenix, 2011, 317 p.
2. Bodriar J. Sistema veshchej [System of things]/ translated from French by S. Zenkin, Moscow, RDOMINO, 2001, 104 p.
3. But V.P., Naukovi zapysky KUTEP Seria: Filosofski nauky [Scientific works KUTEP Series: Philosophy], vol.10, 2011, p. 313-326.
4. Bushansky V., Naukovi zapysky: IPIEND im. Kurasa NAN Ukrainy [Scientific works: I.F. Kuras IPIEND Academy of Science of Ukraine], vol. 4(54), 2011, p. 137-149.
5. Golovatyj M.F. PR v organah derzhavnoi vlady ta mystectvo samovriaduvannia: monografia [PR in the bodies of state government and the art of self-governance: monography], O.V. Babkina, V. V. Basaliukov, V.M. Bebyk; edited by V. M. Bebyk, S. V. Kunitsyn, Kiev, Simferopol, MAUP, 2003, p. 25-42.
6. Bystryjskij E.K. Proleev S.V., Kobets R.V., Zimovets R.V. Idea kultury: vyklyky suchasnoi tsyvilizatzii [Idea of culture: challenges of modern civilization], Kiev, Alterpres, 2003, p. 148-190.
7. Kolesnik I.I., Ukr. Ist. Zhurn. [Ukrainian Historic Journal], 2012, No.3, p. 184-200.
8. Latur B. Ob interobektivnosti / Sotsiologicheskoe obozrenie [Sociological review], vol.6, No.2, 2007, p. 79-96.
9. Maklakov A., Shevchenko A. Nepristoinoe naslazhdenie: opyt radicalnoi mysli [Indecent delight: experience of radical thought], Kiev, SPD Moliar S.V., 2010, 412 p.
10. Panina N. V. Tekhnologia sotsiologicheskogo issledovaniya [Technology of social research] 2<sup>nd</sup> edition, Kiev, Institut sotsiologii NAN Ukrainy, 2001, 277 p.