

Научная статья

УДК 316.454

DOI: 10.47475/1994-2796-2025-498-4-29-34

## **РЕАЛЬНО-ВИРТУАЛЬНЫЙ ГЕДОНИЗМ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ**

**Марианна Давлетовна Напсо**

Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, Россия, napso.marianna@mail.ru

**Аннотация.** Исследуются сущность и понятие гедонизма, анализируются его проявления в реально-виртуальной среде. Прослеживается влияние «принципа удовольствия» на социальные действия индивидов и психоэмоциональное восприятие действительности. Отмечается, что общество потребления формирует коньюмеристское и гедонистическое мировоззрение, предлагает такое понимание счастья, которое ассоциируется с получением максимума наслаждений — как от покупки товаров, так и от испытываемых удовольствий. Акцентируется внимание на том, что целью человеческого существования становится гедонизм, который в условиях цифровизации получает новые измерения и формы проявления. Подчёркиваются важность и востребованность гедонистических ценностей для индивида, показываются возможности интернет-пространства в реализации гедонистических желаний. Прослеживаются неоднозначные последствия реально-виртуальных наслаждений для развития мыслительных и когнитивных способностей индивидов, подчёркивается их роль в создании иллюзий и симулякров, которые овладевают индивидуальным сознанием, не способным порой отличить подлинное бытие от искусственного мира, находящегося под давлением спекулятивных и манипулятивных практик разного рода. Рассматривается характер виртуальных развлекательных трендов, отвечающих гедонистическому духу общества потребления. Даётся анализ феномена инфотейнмента, показывается его роль в усилении тренда развлекательности. В центре исследовательского интереса «культура селфи», которая является одним из цифровых инструментов, способствующих утверждению гедонистических умонастроений.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, общество потребления, коньюмеризм, гедонизм, виртуальный гедонизм, «принцип наслаждения», удовольствие, развлечение, инфотейнмент, эвдемонизм

**Для цитирования:** Напсо М. Д. Реально-виртуальный гедонизм: некоторые аспекты проблемы // Вестник Челябинского государственного университета. 2025. № 4 (498). С. 29–34. DOI: 10.47475/1994-2796-2025-498-4-29-34.

Original article

## **REAL-VIRTUAL HEDONISM: SOME ASPECTS OF THE PROBLEM**

**Mariana D. Napso**

North-Caucasus State Academy, Cherkessk, Russia, napso.marianna@mail.ru

**Abstract.** The article explores the essence and concept of hedonism, analyses its manifestations in the real-virtual environment. The article traces the influence of the ‘pleasure principle’ on the social actions of young people and psycho-emotional perception of reality. It is noted that the consumer society forms consumerist and hedonistic worldview, offers such an understanding of happiness, which is associated with receiving maximum pleasure — both from the purchase of goods and from the experienced pleasures. Attention is drawn to the fact that the goal of human existence becomes hedonism, which in the conditions of digitalisation receives a new dimension and forms of manifestation. The importance and demand for hedonistic values for an individual are emphasised, and the possibilities of the Internet space in the realisation of hedonistic desires are shown. The article traces the ambiguous consequences of real-virtual pleasures for the development of thinking and cognitive abilities of individuals, emphasises their role in the creation of illusions and simulacra, which master the individual consciousness, sometimes unable to distinguish between true existence and the artificial world under the pressure of speculative and manipulative practices of various kinds. The nature of virtual entertainment trends that meet the hedonistic spirit of

consumer society is examined. The phenomenon of infotainment is analysed and its role in strengthening the trend of entertainment is shown. In the centre of the research interest is 'selfies culture', which is one of the digital tools that promote hedonistic mindset.

**Keywords:** digital technologies, consumer society, consumerism, hedonism, virtual hedonism, "pleasure principle", pleasure, entertainment, infotainment, eudaemonism

**For citation:** Napso MD. Real-Virtual Hedonism: Some Aspects of the Problem. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2025;(4(498):29-34. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2025-498-4-29-34.

## Введение

«Принцип наслаждения», составляющий основу полноценной и счастливой жизни, продолжает присутствовать в жизни человека в качестве важнейшей ценностной установки. В современную эпоху проблематика гедонизма приобретает новое звучание, в первую очередь в связи с развитием цифровых технологий, создающих бесконечные возможности для реализации гедонистических устремлений. Современное общество потребления возводит гедонизм в ранг социальной нормы, он становится своеобразным культом, которому необходимо следовать. При разумном гедонизме наслаждения и удовольствия сочетаются с требованиями моральной ответственности, а значит, являются значимыми ценностями и общественным благом, приобретая «облик насущной потребности и фундаментального права» [1, с. 50]. Современный Homo consumens — это человек, нацеленный на получение удовольствий разного рода: всё, что подвергается потреблению, должно приносить наслаждение. Мир консьюмеризма, создав образ постоянно потребляющего и наслаждающегося человека, превратил «принцип удовольствия» в господствующий тренд и своеобразный мейнстрим.

## Материалы и методы исследования

Цель статьи состоит в анализе феномена гедонизма, в рассмотрении его сущности, характера проявлений и социальных последствий, востребованности обществом потребления и массовой культурой, реалиями цифрового времени, в исследовании процесса его воздействия на индивидуальное сознание, психоэмоциональные состояния и переживания. Использование принципов и методов диалектики позволяет раскрыть противоречивое влияние гедонистических установок на реально-виртуальное бытие людей, проследить характер вызываемых «принципом удовольствия» последствий, показать роль виртуальности в наполнении подлинной реальности новым развлекательным содержанием. Применение теоретических положений и концептов отечественных исследователей даёт возможность

проследить актуальность гедонизма в культуре развлечений.

Проблеме гедонизма всегда уделялось большое внимание, не стало исключением и современное время, которое придало научным исследованиям данного феномена новый импульс. Бытие индивида в реально-виртуальном мире оказывает специфическое воздействие на формы получения наслаждений; их разнообразие обусловлено теми возможностями, которые предоставляет индивиду консьюмеристское общество и цифровая среда. «Принцип удовольствия» становится глобальным системным феноменом, основой данного утверждения является его присутствие во всех сферах человеческого бытия. Синонимом этой всеохватности является появление термина «кайф-менеджмент» [6, с. 92], смысл которого состоит не только в признании удовольствий в качестве смысла существования, но и того, что счастливая жизнь возможна через рациональное управление ими, в том числе и в виртуальной реальности. Современный человек — отмечает французский исследователь Ж. Бодрийяр — должен и «обязан быть счастливым, влюблённым, расхваливающим (расхваленным), соблазняющим (соблазнённым)...» [2]. Наслаждение должно всегда подпитывать себя, тем более что общество потребления предлагает массу возможностей, в том числе и цифровых. Формируются новые формы удовлетворения наслаждений, примером тому культура селфи, содержащая множественные смыслы, в том числе и гедонистического свойства. Чрезмерность использования практик гедонизма приводит к возникновению симулякров, за которыми скрывается подлинная жизнь, а нерациональное применение IT-инструментов придаёт этим процессам угрожающие черты, которые оказывают деструктивное воздействие на индивидуальное сознание и поведение. Цифровое пространство создаёт иллюзии счастья, которое может быть достигнуто через обращение к виртуальности, наполненной гедонизмом, столь привлекательным для молодых

людей в особенности. Наслаждение многими воспринимается по-разному, но большей частью — как «высшая мера удовольствия, поскольку основывается на таких понятиях, как удобство и комфорт» [8, с. 142]. Кроме того, иллюзорность цифрового мира способствует не столько развитию собственных размышлений, сколько принятию запрограммированных сущностей, а при их наполнении гедонистическим содержанием они становятся своеобразными социальными и нравственными ориентирами. Так сознание перестаёт «работать», главным становится ориентация на получение максимума удовольствий. В итоге возникает «скопище цифровых, безликих... социальных единиц» [9, с. 49], для которых главное заключается в имитации активной деятельности, замещаемой наслаждениями.

Консюмеристское мировоззрение и массовая культура возвели удовольствие в абсолют, поскольку наслаждение утверждается в качестве установки, направленной на реализацию счастливой жизни. Такие ориентиры особенно востребованы молодым поколением, для которого наслаждение обеспечивает «красивое» существование, усиливает эмоционально-ценностное восприятие мира. Бытие в реально-виртуальном мире создаёт условия для новых форм развлечений и удовольствий, а практики виртуальной среды способствуют расширению пространства используемых игр, с помощью которых реализуются не только гедонистические устремления: они выполняют «функцию просветительскую, социальную, маркетинговую, а также терапевтическую» [10, с. 298]. Индивид не только погружается в цифровой мир, он старается перенести переживаемый им опыт в настоящую реальность, что, безусловно, обогащает его, в том числе и с точки зрения восприятия наслаждений.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Наслаждения являются частью, и весьма существенной, жизни современного человека. Никто не ставит под сомнение факт того, что удовольствия не менее важны, нежели материальные или духовные ценности, они являются своеобразным способом восприятия и отражения внешнего и внутреннего мира человека. Гедонизм сопровождает человечество на протяжении всей его истории, что говорит о его востребованности социальными практиками, а также мышлением — индивидуальным и коллективным. Современный социум, именуемый обществом потребления, сформировал образ нового типа человека, Homo

Sensitive, нацеленного на получение максимума удовольствий. Виртуальный мир, в котором разворачивается жизнь многих, придал «принципу наслаждения» новое звучание, создав соответствующие цифровому времени формы проявлений.

Свойственные консюмеризму черты получили новое воплощение в IT-пространстве. «Сопровождающие» гедонизм такие характеристики, как удобство, комфорт (в его широком понимании), нацеленность на прагматизм, материальный достаток, дающие ощущения счастья, стали преобладающими в восприятии большей части общества. Мобильные инструменты позволяют продемонстрировать всё, что составляет основу либо способствует усилению гедонистических желаний. Интернет и социальные сети полны виртуальными образами, связанными с досугом, развлечениями, «телесными» картинками, которые для многих молодых женщин являются критерием красоты и привлекательности. Кроме того, телесные образы формируют ощущения наслаждений особого рода, которые не только переживаются, но и показываются всему миру, поскольку они приносят незабываемые удовольствия. Так стремления осуществить свои желания превращаются в некий культ, с которым ассоциируются понятия свободы и самовыражения.

В реальной действительности «являться» становится жизненным ориентиром, и этому способствуют многочисленные цифровые практики. Не отрицая того факта, что Интернет является не только способом получения информации — научной, познавательной и т. д., но и пространством — развлекательным и гедонистическим, можно предположить, что индустрия развлечений в реальной жизни соседствует с виртуальной, которая также предлагает большое разнообразие программ, целью которых является пропаганда «принципа наслаждений». Индивид, даже не будучи цифрозависимым, оказывается поглощённым теми манипуляциями, которые нередко направлены на формирование установок гедонизма, воспринимаемых в качестве важнейшей составной части бытия. Кроме того, через механизмы развлечений и удовольствий происходит бегство от реалий подлинного мира, тем более что Интернет предлагает широкий выбор гедонистических практик, которых человек, возможно, лишён в реальности. Так возникают незабываемые ощущения свободы, творчества, самостоятельности в выборе тех или иных виртуальных программ, которые удовлетворяют потребности и состояния духа.

Современные информационно-коммуникационные технологии привели к появлению новых явлений, в которых информация подаётся в развлекательной форме. «Принцип удовольствия», утверждающий, что наслаждение должно быть обязательно реализовано, получает новое измерение благодаря таким феноменам, как инфотейнмент в том числе. Очевидны плюсы данной технологии, которые заключаются в возможности подачи сложного материала в простой и развлекательной форме, отвечающей гедонистическому духу. Хотя инфотейнмент представлен большей частью в массмедиа, его широко используют в различных областях деятельности, поскольку он содействует не только более простой интерпретации социальных и физических явлений, но и повышению внимания, сосредоточенности на главном и существенном, даже если это осуществляется с элементами развлекательности.

Современный молодой человек — это гедонист и существо развлекающееся, а с помощью IT-инструментов «развлечения становятся всё доступнее с финансовой и пространственной точки зрения — требуется всё меньше усилий, а предлагаются образы... не нагружают, расслабляют и даже успокаивают» [7]. При цифровой аддикции происходит утрата чувства реальности, когда подлинные проблемы и сложности остаются без внимания, поскольку воспринимаются, с одной стороны, в качестве «довеска» к виртуальной жизни, а с другой — упрощаются либо оцениваются с позиций развлекательности. Чрезмерная увлечённость развлечениями и наслаждениями оборачивается для молодых людей неспособностью рационально осмысливать происходящее, неумением трезво оценивать последствия подобных практик. Следует признать, что развлечения и удовлетворение наслаждений жизненно необходимы, речь идёт о нахождении баланса между преследуемыми желаниями и их последствиями для бытия человека. Счастливая жизнь понимается многими как умение жить красиво и гедонистически продуктивно, но красота в её подлинном понимании заключается в реализации целей, которые придают человеческому существованию подлинный и нравственный смысл.

Нельзя не отметить и того, что развлекательно-гедонистический тренд способствует тому, что мир воспринимается в простых и даже упрощённых формах, и это приводит к невозможности глубокого проникновения в суть социальных процессов и явлений. Так формируется легкомысленное восприятие и понимание жизни, которая

не является калейдоскопом игр и развлечений, но именно такой она видится многими, в особенности молодыми людьми. Как следствие — затруднённая социализация, долгое взросление, неумение устанавливать коммуникации, находить точки соприкосновения и т. д. А усиление гедонистических настроений, поддерживаемых обществом потребления, в котором всё, а не только покупки, обладает свойством соблазна, порождает новые способы развлечений. В такой ситуации индивид постоянно пребывает в состоянии погони за наслаждениями, которым нет конца. Так подлинная деятельность «снимается» активностью, сущность которой состоит в поиске удовольствий, усиливающих психологический и эмоциональный тонус.

Жизнь в реально-виртуальном мире приводит к тому, что многое, что осуществляется в цифровом формате, переносится в естественную среду, в которой, как кажется многим, можно делать всё, не неся за это никакой ответственности. Главное — получить удовольствие, независимо от того, где пребывает индивид. Доминирующим становится девиз «Всё позволено», тем более, если данная установка позволяет ощутить гедонистическое наслаждение, которое ни с чем не сравнимо. Бесконечные шоу — реальные и виртуальные — придают жизни некоторую двойственность, поскольку границы между реальностью и виртуальностью размываются, а впечатления обогащаются и усиливаются развлекательно-гедонистическим контентом. Происходит смена развлечений, находят новые способы гедонистического самовыражения, а поскольку именно в молодёжной среде эффект заражения особенно ощутим, то вполне возможны подражания негативного характера, формирующие пространство однотипно мыслящих и одинаково действующих людей, нередко лишённых эстетического вкуса. Всё, что приносит удовольствие, должно быть реализовано, даже если в нём нет правды, а лишь её суррогаты, псевдосмыслы и квазиценности. Фальшь (симулякры) в реальном мире и в виртуальном — не одно и то же: перенос цифровых практик в естественный мир чреват возникновением деструктивных последствий, которые разрушают ткань жизни отдельного человека и общества в целом. Тренд гедонизма не приводит к достижению счастья в его подлинном понимании, поскольку мало связан с идеей «эвдемонического... процветания» [3, с. 58], суть которого состоит не в удовлетворении желаний, а в достижении счастья. И тем не менее можно предпо-

жить, что гедонизм в любой форме — реальной и виртуальной — является средством достижения кратковременного счастья, поэтому он столь востребован в молодёжной среде (и не только), а также во времена, которые утверждают жизненный принцип «жить сегодня и сейчас».

Привлекательность цифрового пространства для осуществления гедонистических желаний объясняется многими факторами, в том числе и тем, что «не виртуальность красива, а реальность скучна. Проблема не столько в коварных искушениях виртуала, сколько в отсутствии реальных возможностей в реальном мире» [5]. Виртуальный гедонизм позволяет преодолеть возможные последствия реального гедонизма, в том числе негативного характера. Кроме того, это способ избежать неудовольствия, претворить в жизнь «принцип наслаждения», являющийся императивом общества консьюмеризма, согласно которому желания должны быть удовлетворены. Не получая желаемого в виде наслаждений, индивид в конечном счёте может и превращается в психически неуравновешенного человека. В итоге он, не получая желаемого, «разочаровывается прежде всего в реальности и только потом уже в себе» [4, с. 55].

## Выводы

Сказанное позволяет заключить, что бытие индивида в реально-виртуальном мире придаёт проблематике гедонизма особую специфичность и привлекательность. Формируемый обществом потребления «принцип наслаждения» получает новое измерение: возникают иные способы выражения гедонистических устремлений. Развлекательно-гедонистические практики в условиях цифровизации оказываются востребованной реальностью: вкупе с императивами консьюмеризма они наполняют жизнь многих людей как подлинными ценностями, так и псевдосмыслами, которые оказывают деструктивное воздействие на их сознание и поведение. Наслаждения являются целью человеческого существования, они должны быть всегда реализованы, поскольку обеспечивают счастливую и радостную жизнь. Возможность удовлетворения постоянно растущих потребностей является свидетельством того, что индивид способен переживать психологические и эмоциональные состояния, близкие к гедонистическим ощущениям. Невозможность реализации удовольствий в естественном мире преодолевается виртуальным миром, в котором наличествует большое разнообразие гедонистических программ, удовлетворяющих любой вкус.

## Список источников

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. М., 2000. 319 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. URL: <https://monocler.ru/zhan-bodriyyartelo/> (дата посещения: 10.04.2025).
3. Ладыжец Н. С. Теория благополучия: аспекты социального воздействия цифровых технологий // *Koinon*. 2022. Т. 3, № 3-4. С. 52–62.
4. Мальцева С. М., Сулимова И. Д. Невротические ценности в культуре потребления // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2018. № 7(33). С. 51–56.
5. Про виртуализацию, достижимость целей и гедонизм. URL: <https://cont.ws/@xomme/1385995> (дата посещения: 10.04.2025).
6. Соколовская И. Э., Волочков И. В. Психология самопознания себя и современного мира — системный гедонизм // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики*. Серия «Познание». 2019. № 2 (декабрь). С. 91–95.
7. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу // *Научно-культурологический журнал RELGA*. 2007. № 04(149). URL: <https://relga.ru/articles/1729/> (дата посещения: 10.04.2025).
8. Татаринцева Е. А. Отношение к понятиям удовольствие и наслаждение в разные исторические эпохи // *Аналитика культурологи*. 2013. № 3 (27). С. 143–147.
9. Фортунатов А. Н. Цифровая толпа и цифровой гедонизм: постбытийность цифрового общества // *Философия и гуманитарные науки в информационном обществе*. 2019. № 4 (26). С. 44–52.
10. Янковский А. Н. Феномен «реальной виртуальности» в современной культуре развлечений // *Культура и цивилизация*. 2018. Т. 8, № 1А. С. 294–301.

## References

1. Bodriyyar Zh. Soblazn. Moscow; 2000. 319 p. (In Russ.).
2. Bodriyyar Zh. Obshhestvo potrebleniya. Available from: <https://monocler.ru/zhan-bodriyyartelo>. (In Russ.).
3. Ladyzhecz NS. Teoriya blagopoluchiya: aspekty` social`nogo vozdejstviya cifrovyy`x texnologij. *Koinon*. 2022;3(3-4):52-62. (In Russ.).
4. Mal`ceva SM, Sulimova ID. Nevroticheskie cennosti v kul`ture potrebleniya. *Innovacionnaya e`konomika: perspektivy` razvitiya i sovershenstvovaniya*. 2018;(7(33):51-56. (In Russ.).
5. Pro virtualizaciyu, dostizhimost` celej i gedonizm. Available from: <https://cont.ws/@xomme/138599> (In Russ.).
6. Sokolovskaya IE, Volochkov IV. Psixologiya samopoznaniya sebya i sovremennogo mira — sistemny`j gedonizm. *Sovremennaya nauka: aktual`ny`e problemy` teorii i praktiki. Seriya "Poznanie"*. 2019;(2):91-95. (In Russ.).
7. Stojkov L. Gedonisticheskaya funkciya medij: infotejment i realiti-shou. *Nauchno-kul`turologicheskij zhurnal RELGA*. 2007;(04(149). Available from: <https://relga.ru/articles/1729>. (In Russ.).
8. Tatarinceva EA. Otnoshenie k ponyatiyam udovol`stvie i naslazhdenie v razny`e istoricheskie e`poxi. *Analitika kul`turologi*. 2013;(3(27):143-147. (In Russ.).
9. Fortunatov AN. Cifrovaya tolpa i cifrovoj gedonizm: postby`tijnost` cifrovogo obshhestva. *Filosofiya i gumanitarny`e nauki v informacionnom obshhestve*. 2019;(4(26):44-52. (In Russ.).
10. Yankovskij AN. Fenomen "real`noj virtual`nosti" v sovremennoj kul`ture razvlechenij. *Kul`tura i civilizaciy*. 2018;8(1A):294-301. (In Russ.).

## Информация об авторе

**М. Д. Нансо** — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных дисциплин.

## Information about the author

**M. D. Napso** — Doctor Sci. (Sociology), Professor, Professor of Humanities Study Department.

Статья поступила в редакцию 23.03.2025; одобрена после рецензирования 02.04.2025; принята к публикации 04.04.2025.

The article was submitted 23.03.2025; approved after reviewing 02.04.2025; accepted for publication 04.04.2025.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.