

Узники Платоновой пещеры: исследование причин популярности социальной сети Instagram

Предмет: обществознание

Выполнила: Исакова Анна_Евгеньевна

Учащаяся 10 класса МАОУ гимназии №35

Руководитель: Киселева Юлия Станиславовна

учитель истории и обществознания в МАОУ гимназии №35

Введение

В этой работе рассмотрена проблема привязанности современного общества к социальным сетям. Проблема проанализирована на основе древнегреческого мифа о пещере Платона и других работах философов, научных и публицистических статей.

Одним из наиболее известных диалогов Платона считается «Государство». В этой трактате Платон объясняет и описывает идеальную форму государственного устройства. Но, помимо этого, в диалоге Платон затрагивает проблему познания мира. Насколько мир, который мы видим вокруг себя, реален?

Актуальность исследования заключается в том, что на примере популярной социальной сети Instagram и анализа, казалось бы, такого далекого от нашего времени мифа о пещере можно попытаться дать ответы на волнующие современное общество вопросы. Что мотивирует и заставляет людей ежедневно заходить в интернет, выкладывать посты и листать ленты социальных сетей? Почему люди не хотят выходить из виртуальной реальности, осознавая свою привязанность к социальным сетям?

Объект исследования: привязанность людей к виртуальной реальности, причины привязанности к социальным сетям.

Предмет исследования: активность пользователей социальной сети Instagram.

Цель исследования: объяснить нашу привязанность к социальным сетям на примере сети Instagram.

Гипотеза: социальные сети являются аналогией на античный миф о пещере Платона.

Методы исследования: наблюдение, сравнение, анкетирование и анализ.

Задачи исследования:

- Рассмотреть принципы работы социальной сети Instagram;
- Провести анкетирование среди учеников школ, студентов и преподавателей университета об использовании социальных сетей.
- Провести интерпретацию действий и поведения пользователей в социальных сетях на основе мифа;
- Понять смысл и проанализировать миф о пещере Платона.

Анализ мифа о пещере Платона

Миф о пещере представлен в форме диалога Сократа с Главконом. В мифе рассказывается о людях, находящихся в пещере. Они закованы в цепи, что не позволяет им передвигаться или смотреть по сторонам, они видят только то, что находится перед их глазами. Заключенные сидят перед стеной, за которой горит огонь, и другие люди несут над стеной разные предметы и статуи. Узники пещеры не могут видеть сами предметы, они видят лишь их тени, очертания на стене пещеры. И звуки, которые они слышат, так же ошибочно приписывают теням.

Сократ говорит о том, как чувствовал бы себя человек, с которого сняли оковы, и он смог бы выбраться из пещеры и увидеть истину. Далее Сократ спрашивает Главкона о том, что было бы, если этот человек вернулся в пещеру и попытался убедить остальных в том, что все, что они считали истиной, ей не является. Они не приняли бы его. Для них он показался бы смешными и безумным. Возможно, они даже захотят убить его [9, С. 248].

Одна из основных идей мифа — идея нашего восприятия мира. Мы подобно людям, сидящим в пещере, даже не в силах предположить о том, что все, что мы видим вокруг себя, ощущаем — ложь.

Рассуждали над смыслами платоновского мифа многие философы и писатели. Мартин Хайдеггер в своем сочинении «Учение Платона об истине» точно также, как и Платон, разделил притчу о пещере на три ступени познания. И на каждой ступени находится свой род непотаенного. По Хайдеггеру, «непотаенное» – есть истина [7, С. 200].

Кроме четырех ступеней познания, миф о пещере скрывает в себе еще одну идею, которую рассмотрел философ Алексей Федорович Лосев [1, С. 74]. Идея модели идеального государства, которую выстраивает Платон в своем мифе. А. Ф. Лосев говорит о том, что для управления государством нужны люди просвещенные, которые совершенствуются всю свою жизнь и стремятся к познанию истины. В мифе этот человек – философ. Человек, который протянет руку помощи людям, находящимся в рабстве. Платон не принимает другие формы государственного правления, так как считает основой идеального государства справедливость. Когда каждому гражданину отведено особое место в обществе. Все современные формы управления государством Платон относит к отрицательным. И даже демократию. Сам Платон писал «Тирания возникает, конечно, не из какого иного строя, как из демократии; иначе говоря, из крайней свободы возникает величайшее и жесточайшее рабство» [10, С. 654].

Наилучшей из всех форм государственного управления Платон считает аристократию. Для идеального государства Платона характерно четкое разделение труда и разделение граждан по классам. Платон выделяет три класса: философы-правители, воины-стражи и класс работников. Высшие разряды граждан – воины и правители, низшие – простые рабочие и ремесленники, земледельцы. Такое жестокое на первый взгляд разделение по людей на классы Платон объясняет тем, что все три разряда одинаково важны для существования и развития государства [7, С. 255-275].

Философ Джон Локк полностью отвергает теорию Платона об эйдосах. Он сравнивает разум человека с белым листом без всяких идей и пометок. И только человек с помощью ощущений и получения какого-либо опыта может заполнить этот лист. Никакие знания человека не могут предшествовать опыту.

Но есть и сходства в работе Локка с платоновским мифом. Локк говорит о том, что мы очень часто придерживаемся тех или иных суждений, не имея достоверных доказательств их истинности. При попытке навязать свое мнение другому человеку, возникнет конфликт, так как каждый человек убежден в правдивости своего мнения, а человек с противоположным взглядом может показаться нам глупым и смешным. Точно так же и у Платона, возникает конфликт между людьми, находящимися в пещере, и человеком, выбравшимся на из нее [11, С. 183].

Учение об идолах английского философа Фрэнсиса Бэкона также нашло в себе отражения на платоновский миф. Бэкон писал об «идолах», под которыми он имел в виду плохие привычки ума, которые приводят человека к ошибкам. Он выделяет пять идолов, среди которых есть «идолы пещеры» – это личные суеверия человека [11, С. 86].

В некоторых литературных произведениях мы также можем встретить интерпретацию мифа. Например, в произведении Иоганна Вольфганга фон Гете «Фауст».

Действие отрывка разворачивается в пещере, где проживает Фауст со своей женой Еленой и сыном Эвфорионом. Сын Елены и Фауста стремится выбраться из пещеры. Молодой человек полон сил и стремится к подвигам. Но любящие родители пытаются отговорить его, предупреждая о том, какие опасности ждут юношу вне пещеры [6, С. 473]. В произведении «Фауст» видна четкая аналогия на Платоновский миф. Пещера, запертые внутри Эвфорион, Фауст и Елена, являющиеся узниками этой пещеры. И сам Эвфорион, стремящийся вырваться из этой пещеры.

Миф о пещере и в наше время заставляет многих людей задуматься над проблемами, поднятыми Платоном еще тысячелетия назад. Например, фильм «Матрица», снятый в 1999 году. Этот фильм является яркой интерпретацией мифа о пещере. Вот только в роли пещеры в фильме выступает матрица, мир, который все люди считают настоящим [8].

Еще один фильм, в основе которого лежит древнегреческий миф называется «Чужие среди нас». Главного героя зовут Джон, который находит солнцезащитные очки, надев которые, он начинает видеть среди обычных людей пришельцев, которые поселились на нашей планете. Также Джон замечает, что на всех рекламных щитах, газетах, листовках, книгах написаны лозунги: «Подчиняйся», «Никаких независимых мыслей» и много других подобных фраз. В конце фильма главный герой погибает, но он успевает помочь людям увидеть настоящий мир, в котором они жили [14].

Эта история заканчивается тем, что человеку, познавшему истину, удается открыть глаза людям, хоть и ценой собственной жизни. Но люди узнали правду, и эта истина стоит того, чтобы идти ради нее на такие жертвы [5, С. 163].

Миф о пещере в контексте социальных сетей

Сеть Instagram больше всех походит на античный миф, так как состоит из иллюзорных образов, похожих на тени на стене пещеры, которые не имеют никакого отношения к реальности.

Люди используют Instagram для разных целей. Кто-то использует Instagram для заработка, публикуя в своем профиле рекламу какого-либо товара, услуг или другие менее популярные Instagram аккаунты. Кто-то тратит огромное количество времени на создание и обработку креативных фотографий. Кто-то просто выкладывает посты, в которых рассказывает о своей жизни или выражая в нем свою точку зрения по тому или иному вопросу.

Но попадая в эту социальную сеть, люди с головой погружаются в виртуальную жизнь. Проблема в том, что вся эта увлекательная, яркая жизнь находится в виртуальной реальности. В Instagram можно стать кем угодно, писать о себе все, что вы захотите, создать себе идеальную жизнь, которую у вас, возможно, не получилось построить в реальной жизни.

И с этой точки зрения Instagram очень напоминает античный миф Платона. Сам Instagram является пещерой, в которую заключены люди – пользователи этого приложения. А все эти фото, видео, посты – тени, отражающиеся на стенах этой пещеры. Жизнь в виртуальной реальности кажется нам более интересной и

счастливой, чем наша реальная жизнь. Создать себе идеальный образ в интернете намного проще, чем построить свое счастье в реальной жизни. Это называется альтернативной идентичностью [3, С. 77, 79]. В сети нет такого контакта между людьми, который есть в жизни. В сети все усложняют маски, которые люди надевают на себя. И, с одной стороны, в этом есть и плюсы. Вы можете примерить на себя любую маску, попробовать реализоваться в любой сфере и подобным способом найти себя в реальной жизни. Вернемся к теории Локка о том, что разум человека – это белый лист. Instagram так же является белым листом, который каждый человек сам решает, как заполнить. Просто в Instagram проще пробовать себя в чем-то новом, чем в жизни. Но, с другой стороны, многие осознают, что в сети создать себя намного проще, чем в жизни и с головой погружаются в виртуальную реальность [3, С 77,79].

Люди, которые читают новости с помощью Instagram проводят так много времени в этом приложении, потому что в наше время очень много информации, которая обновляется практически каждую секунду. И поэтому, когда бы Вы не зашли в Instagram, Вы всегда сможете прочитать еще море новой информации. Люди, которые занимаются оформлением своего профиля также постоянно находятся в Instagram. После публикации новой фотографии, видео или информативного поста, люди начинают ждать обратной реакции. Считать количество лайков, читать комментарии, и это помогает понять им, нравится ли их публикации другим людям. При совершении действий, которые приносят удовольствие, в мозгу выделяется вещество дофамин, которое отвечает за самоощущение удовлетворения. Это же вещество заставляет нас повторять одно и то же действие снова и снова, так как оно приносит нам удовольствие, в нашем случае – проверка ленты социальных сетей или публикации в свой профиль [15, С. 24]. И в данном случае лайки и подписки являются мотиватором человека продолжать вести свой профиль. Ведь ему приятно осознавать, что его личность кому-то интересна, его публикации и посты нравятся людям. Так же социальные сети могут принести радость человеку, если он находит там то, что уже знал раньше, но в новой форме материала. Социальные сети могут воспроизводить то

возбуждение, которое человек получил ранее от работы своего ума. Происходит playback¹ прежнего опыта [2, С. 164].

На основе проведенного опроса можно сделать вывод о том, что Instagram популярен не только среди большинства молодых людей, но и людей возрастом старше 30 лет. И многие тратят на это приложение от 3 до 5 и более часов в неделю в зависимости от личных целей и интересов. Но большинство использует Instagram в развлекательных целях. Для просмотра новостей, аккаунтов популярных личностей. Но, к сожалению, все эти яркие и интересные вещи порой очень далеки от действительности. Новости, видео и фото оказываются фейками, за большими и популярными аккаунтами с огромной аудиторией скрываются люди, совершенно не соответствующие своему образу в сети. В современном обществе большую роль играет количество подписчиков. Чем у тебя их больше, тем выше общественный интерес и уважение. В современном обществе лайки и подписчики являются способом выражения социального одобрения. Чем больше лайков и репостов у аккаунта, тем больше будет приходить подписчиков, тем больше будет расти мотивация и желание человека проявлять какую-либо активность в социальных сетях. Тут работает теория социального сравнения Леона Фестингера [4, С. 83], суть которой заключается в том, что человек постоянно нуждается в сравнении своих качеств, личностных черт, внешности. Так же и в Instagram человек начинает сравнивать себя с другими пользователями этой социальной сети, начиная с внешности и заканчивая количеством подписчиков и лайков. Однако в самой поздней версии приложения Instagram количество лайков на чужих аккаунтах скрыто. Но список лайкнувших тот или иной пост людей все еще остается доступным. Вопрос лишь в том, каким способом привлечь к себе внимание людей (фолловеров²). Действительно стремиться делать что-то выдающееся и интересное, или просто создать себе образ. Совершенно очевидно, что с появлением социальных сетей стало намного проще привлекать общественный интерес к себе.

¹ Playback – воспроизведение.

² Follower (англ.) – подписчик.

Поэтому ленты социальных сетей так сильно напоминают тени из пещеры Платона. В социальных сетях мы имеем дело не с самими вещами, а их тенями. Можно выложить совершенно любую информацию в интернет, и люди поверят в нее. Будь то фото, видео или пост в новостном портале. Новость или геотег³ могут оказаться ложными, фото или видео – отредактированными, а несовершенства внешнего облика исправлены фэйстюном⁴ или снэпчатом⁵. Но люди, как прикованные узники в пещере, будут верить в это. А при попытке доказать им ложность их убеждений, откажутся слушать. В социальных сетях каждую секунду становится все больше и больше информации, достоверность которой никто подтвердить не сможет.

Заключение

Миф о пещере Платона несет в себе идею познания и восприятия мира. Есть мир иллюзий, теней, а есть истинное Благо, путь к которому несет в себе много испытаний и преодолеть его может далеко не каждый. Сравнив современную социальную сеть Instagram с мифом, можно прийти к выводу, что в Instagram действительно много аналогий на Платоновскую притчу. Миф о пещере Платона очень тесно связан с современным миром. Как оказалось, мы сталкиваемся с этим мифом практически ежедневно. И это не обязательно должны быть социальные сети, у каждого своя пещера. А можно и нужно ли выбираться из этой пещеры? На данный момент этот вопрос остается открытым.

Проведен социальный опрос среди школьников, студентов и преподавателей университета города Екатеринбурга об использовании социальных сетей. При анализе ответов на опрос на основе уже сделанных ранее исследований были установлены причины, которые могут объяснить привязанность общества к социальным сетям. Являясь аналогией на платоновский миф, социальные сети искажают действительность, которую пользователи интернета принимают за правду. Люди уходят в яркий

³ Geotag (англ.) – метка, которая ставится на фотографии в социальных сетях, несущая в себе информацию о географическом названии места, из которого сделана фотография.

⁴ Facetune (от англ. Face – лицо, tune – отладить, отрегулировать) – приложение для редактирования фотографий.

⁵ Snapchat (от англ. Snap – моментальный снимок) – социальная сеть для обмена фотографиями и видео.

виртуальный мир от скучной повседневной жизни и рутины, пытаюсь найти счастье в сети.

Продуктом моего проекта является специально разработанный мною буклет для родителей, чьи дети первый раз выходят в сеть Интернет. В буклете я предлагаю познакомить детей с Платоновским мифом, чтобы образы Instagram дополняли их жизнь, а не отрывали их от нее.

Привязанность к социальным сетям можно объяснить тем, что они позволяют нам создать идеальную версию самого себя. Мы можем создавать себя такими, какими мы бы хотели бы видеть себя в реальной жизни. И Instagram или любая другая социальная сеть позволяет примерить на себя ту или иную социальную роль, которую сыграть в жизни, к сожалению, нам, возможно, не дано. Желание заново увидеть свой полученный опыт в другой форме и потребность в социальном сравнении могут объяснять нашу привязанность к социальным сетям. Таким образом, гипотеза о том, что социальные сети являются аналогией на миф о пещере Платона, подтвердилась.

Список литературы

1. А. Ф. Лосев, А. А. Тахо-Годи. Платон. Аристотель (3-е изд., испр. и доп.). Москва: Молодая гвардия, 2005. 259 с.
2. Большц Н. Ваше внутреннее вовне и ваше внешнее внутри: мифический мир электронных медиа // Логос. 2015. №2. С.162-172.
3. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Альтернативная идентичность в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2013г. С.66-83.
4. Дж. Тернер. Социальное влияние. — 1. – Санкт-Петербург, 2003. 256 с.
5. Западная философия от истоков до наших дней. Античность и Средневековье (1-2). Санкт-Петербург: Пневма, 2003. 688 с.
6. Иоганн Вольфганг Гете. Фауст / пер. с нем. Н. Холодковского. Москва: Издательство АСТ, 2018. 554 с.
7. М. Хайдеггер. Ницше. – Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2006. 608 с.

8. «Матрица» («The Matrix», реж. Эндрю и Лоуренс Вачовски, 1999)
9. Платон. Государство / пер. с греч. А. Н. Егунова. Москва, 2015. 398 с.
10. Платон. Собрание сочинений: в 4-х т. / пер. с древнегр. Москва: Мысль Т.3. 654 с.
11. Рассел Бертран История западной философии [В 2 т.] Т. II. Кн. 3/ [перевод с английского]. – Москва: АСТ, 2017. 512 с.
12. Самосват О.И. «Лайк» в социальных сетях как показатель социального одобрения в подростковой среде» // Казанский педагогический журнал. № 6. 2015. С.148 – 150.
13. Хайдеггер М. Учение Платона об истине. // Историко-философский ежегодник. 1986. Москва: Наука, 1986. 302 с.
14. «Чужие среди нас» («They live», реж. Джон Карпентер, 1988)
15. Catherine Price «How Not to Let Your Phone Ruin Your Vacation» // The New York Times. – 2018.