

(КІБЕР)ПРОСТОРИ ДОЗВІЛЛЯ

У статті визначається специфіка розвитку сучасного суспільства як простору дозвілля. Зокрема вирізняються ключові кіберпростори дозвілля. Зазначається, що розвиток суспільства з другої половини ХХ століття полягає саме у звільненні часу і формуванні просторів дозвілля, коли людина віддана сама собі, не вирішує проблеми, пов'язані з виживанням чи суспільними обов'язками. Зазначається, що сучасна людина заповнює вільний час переважно (розважаючись) в інтернеті. Відтак, сучасний соціальний світ, що створений новітніми технологіями, є кіберпростором дозвілля, в якому люди все більше щось виробляють, створюють, займаються певною діяльністю насамперед задля розваги. На нашу думку, ці простори, що щільно перетинаються, визначаються прагненням людини до спілкування, гри, творчості та споживання. На відміну від філософської традиції, що більшою мірою орієнтувалася на так звані позитивні форми дозвілля (саморозвиток, освіта, творчість), коли розваги розглядалися лише як один із різновидів дозвілля, на нашу думку, сучасні кіберпростори дозвілля відповідають саме розважальному ставленню людини до себе й світу й зрештою конституують саме таке ставлення як своєрідну світоглядну перспективу, формують людину (кібер)дозвілля. Людина (кібер)дозвілля демонструє своє прагнення до: спілкування як можливості само/взаємо-(ре)презентації, що втілюється в пошуках різних форм спільності; ігрового характеру само/взаємо-удосконалення, що презентує відмінності й особистісні здобутки; творчої діяльності, що маніфестує само/взаємо-винаходження особистостей, і зосередженість саме на продуктах діяльності, які можуть вільно споживатися, стимулюючи створення нового.

Ключові слова: дозвілля, кіберпростори дозвілля, розваги, спілкування, гра, творчість, споживання.

У передмові до вже класичної книги Пекки Хіманена «Хакерська етика і дух інформаційної ери» Лінус Торвалдс сформулював так званий закон Лінуса, згідно з яким усі чинники, які нас спонукають до дії, діляться на три основні категорії, а розвиток полягає в послідовному проходженні цих категорій, кожна з яких є свого роду фазою в еволюції людини. В порядку зростання категорії розмішувалися так: «виживання», «суспільне життя» і «розваги» [Himanen, 2001, р. xiv]. Себто на вищій стадії розвитку людина/людство, вирішивши базові проблеми свого виживання і узгодивши аспекти суспільного/комунікативного співіснування, має робити щось заради розваги.

Тенденції розвитку капіталістичного суспільства й особливо з другої половини ХХ століття полягали саме у звільненні часу й формуванні просторів дозвілля. Нарешті дозвілля характеризує певний період суспільного розвитку, ознаки якого найбільш помітні в таких визначеннях, як суспільство спектаклю, суспільство споживання, різних формах ігроманії тощо. Певною мірою те, що тлумачили, як постмодерн(ізм) складало навіть епоху дозвілля, яку не похитнули ані тероризм початку ХХІ століття, ані економічна криза 2008 року. Потужний розвиток капіталізму, що стимулював НТП, дійсно привів до того, що принаймні частка часу, коли людина віддана сама собі (і не вирішує проблеми, пов'язані з виживанням чи суспільними обов'язками) дійсно збільшується. Проте заповнює цей час людина переважно (розважаючись) в інтернеті або, дамо більш загальне поняття, – кіберпросторі. Тож, можна сказати, що передовсім наш світ, що створений новітніми технологіями, є *кіберпростором дозвілля*, в якому ми все більше щось робимо, створюємо насамперед задля розваги, власної та інших. Пандемія Covid-19, здається, ще більше занурила людство в кіберпростір/віртуальну реальність, хоча в випадках з віддаленою/онлайн роботою і розмила кордони між роботою і домашнім дозвіллям. Безумовно,

повномасштабна війна, розв'язана путінським режимом, є великим викликом саме такому світу, адже вона повертає людство до базових проблем виживання і налагодження суспільної комунікації, засади якої суттєво похитнулися. Вона є великим викликом саме людині дозвілля з її розслабленим способом життя й розфокусованою свідомістю. Відтак і перемога в ній України, а разом і всього світу, що орієнтується на (пост/мета)модерну перспективу й цінності, що визначаються саме розширенням часопросторів дозвілля, має дати змогу створити умови для майбутнього їх втілення.

На нашу думку, ці простори, що щільно перетинаються, визначаються прагненням людини до спілкування, гри, творчості і споживання. Їх реалізація уможливується трансформаціями сучасного суспільства кінця ХХ – початку ХХІ століття, що обумовлені швидким розвитком капіталістичного виробництва, сфери послуг, нових технологій, особливо відкритих, орієнтованих на співробітництво інновацій (зокрема інтернет-технологій), що дають змогу активно спілкуватися, грати(ся), купувати/продавати й через співпрацю/співавторство розвивати мистецтво, культуру, науку, освіту, економіку. Проекти з відкритим кодом доступу на зразок Linux або Wikipedia, соціальні мережі, блогінг, краудсорсінг (безкоштовна робота над проектами любителів у вільний час), смартмоби, «колективна мудрість» тощо є зручними інструментами/платформами для непримусового здійснення будь-яких бажань людини.

Наукова актуалізація і постійне підвищення інтересу до сфери дозвілля відбивають ці процеси і втілюються в зростанні кількості й теоретико-методологічній різнобарвності досліджень дозвілля (Leisure Studies), а також його філософського осмислення [див.: Bouwer, Leeuwen, 2017]. Власне Дж. Боувер і М. Леувен звертають увагу на неоднозначність (з огляду на культурно-історичне різноманіття) поняття дозвілля, переважання в його розумінні контексту, що прив'язує його до діяльності (роботи/праці, або/себто «інструментальної діяльності» [див.: Giddens, 1964, p. 84-85]), хоча й зауважують, що «історія показує циклічний рух у сприйнятті дозвілля, який починається з центральної ролі щастя та хорошого життя в давньогрецькій філософії, протікає через епохи, в яких здоров'я, поклоніння, неробство, задоволення, розваги, відпочинок, розкіш, ігри, святкування, самореалізація та духовність чергуються, й знову закінчується благополуччям, процвітанням і щастям у теперішній час» [Bouwer, Leeuwen, 2017, p. 224]. Зрештою, й ті, хто акцентують увагу на відпочинку чи відновленні (recreation) [Ramsay, 2005, p. 4] не відхиляються від примату необхідності. Варто звернути увагу, що в філософії переважає бачення, що виходить з Арістотеля (концептуалізація філософії зі *skhole*, себто дозвілля) і потім концептуалізується К. Марксом, коли вільний час/дозвілля пов'язуються з позитивною/корисною діяльністю¹. За ним розваги є хіба що однією зі форм/різновидів дозвілля. Втім, на нашу думку, сучасні (кібер)простори дозвілля відповідають саме розважальному ставленню до себе й світу і зрештою формують саме його як своєрідну світоглядну перспективу². Втім, мабуть, варто зауважити, що українське слово «розвага» передає й сенс давньогрецького *skhole*, натякаючи на позбавлення ваги так саме, як і на зважливість розуму, глибоке міркування.

Організація просторів дозвілля, розбудова парків розваг, створення різних атракціонів, кінотеатрів, супермаркетів є складовою становлення капіталізму, що сприяла розвитку ринкової економіки, або, як її називає П. Розанвалон, економіки пристрастей [Розанвалон, 2006], що орієнтувалась і на нову буржуазну етику, і на формування

¹ Автори «Філософії дозвілля» зауважують, що та давньогрецька ідея *skhole*, яку розвиває Арістотель, «містить не надто тонке балансування між свободою та обмеженнями», адже «*Skhole*, зрештою, передбачає стан, у якому людина вільна від пересічних обов'язків, але натомість відчуває (або змушена відчувати) вимушеність досягти щастя, працюючи в інший спосіб, а саме займаючись діяльністю, яка стимулює уяву, щоб відточувати навички, які допомагають досягти добродесної співпраці тіла та розуму. Саме існування цього тиску, самостійного чи ні, використання неробочого часу для власного розвитку, тобто запобігання переходу дозвілля в неробство, вже означає прийняття несвободи у своє життя» [Bouwer, Leeuwen, 2017, p. 46].

² Аж до того, що до старої шкільної схеми про типи світогляду (міфологічний, релігійний, науковий) варто додати ще й розважний.

відповідного типу уваги, зрештою – її світосприйняття в цілому [див.: Петров, 2017, с. 148-152; Seltzer, 2011]. Кіберпростори, що виробляються за допомогою новітніх технологій, в цілому відповідають тим просторам дозвілля, що добре відомі, визнаються чи не усіма дослідниками й пов'язуються з мисленням, відпочинком, грою (зокрема, спорт), розслабленням, розвагами, творчістю (мистецтво), спогляданням, споживанням, спілкуванням [див.: Ramsay, 2005]. Чотири кіберпростори, що визначають дозволене буття сучасної людини з розважним світоглядом, і які сплітаються в різні ризоматичні способи, такі: 1) простір спілкування, що уособлюють різноманітні соціальні мережі; 2) простір гри, що втілюють різні комп'ютерні/мережеві ігри; 3) простір творчості, що дає змогу швидко і вільно створювати, презентувати й розповсюджувати результати будь-якої діяльності; 4) простір споживання¹, що дає змогу швидко споживати будь-які продукти і послуги.

Соціально-політичне бачення, договірне чи трудова теорії вбачають в спілкуванні необхідність, яка визначає соціальне виживання й генезу певного природного виду. Так це чи ні, соціальні мережі демонструють, що люди спілкуються з багатьох приводів, утім показовим є й спілкування заради самого спілкування, що засвідчує спільність і взаємність людей, їх схильність до само/взаємо-(ре)презентації. Варто зазначити, що соціальні мережі конституують взаємозалежність індивідів чи акторів, але ґрунтуються на горизонтальних зв'язках і руйнують вертикальні моделі панування, зокрема створюючи соціальний капітал з множинності соціальних зв'язків. Жодна мережа не буде життєздатною, якщо буде будуватися зі примусу, людина втратить інтерес до спілкування, якщо воно буде вимушеним, відтак соціальні мережі можуть розвиватися саме як кіберпростори дозвілля.

Звісно багато дослідників вказують на ризики пов'язані з розповсюдженням соціальних мереж, які переважно стосуються їх неконтрольованості. Приміром, Ю. О. Шабанова, підсумовуючи ризоматичне і метамодерне бачення, перелічує низку позитивних і негативних ознак соціальних мереж [Шабанова, 2023, с. 343-344]. На нашу думку, «позитивний» бік відповідає саме *дозвольній спрямованості* соціальних мереж, позаяк «негативний» пов'язаний з відкиданням усього примусового, що складає соціальний простір. Прокоментуємо зауваження дослідниці. Дійсно, «долання географічних, соціальних, гендерних й інших форм соціальної диференціації розширює можливості комунікації», даючи змогу спілкуватися, не зважаючи на відмінності між людьми, що нав'язуються владними формами сегрегації, до яких саме належить так звана «ідентичність», розмитість або втрата якої вноситься в реєстр «негативних» ознак. Дійсно, «зміна вертикального способу розповсюдження інформації на горизонтальну створює умови реалізації типів соціальної поведінки відповідно до сформованих диспозицій кожного», не даючи змоги так званому «коригуючому началу» нав'язувати «еволюційні смисли», а відтак надають можливості створювати множинні перспективи розвитку. Дійсно, «комунікація в режимі реального часу дозволяє відтворити швидко реагування та продукувати актуальні смисли», не зважаючи на так звані «історичні здобутки фундаментального досвіду людства», які зрештою нічого не вчать, а хіба що примушують до політико-теологічного поділу й обмеженню людського буття. Дійсно, «спрощення мови та інструментарію комунікації сприяє розповсюдженню інформації, адаптованої для реципієнтів соцмереж всіх форм габітусу», даючи змогу зосередитися на «привабливості форми», яка справді є реальною, а не посилатися на переваги «контенту», який зазвичай є

¹ Варто зазначити, що зазвичай до споживання/консумеризму навіть в контексті осмислення дозвілля відносяться стримано, якщо не негативно. Адже йдеться про своєрідну тотальну ідеологію, згідно з якою, «коли завершується робота, з'являється попит і бажання використовувати її плоди для покупки, ремонту, заміни та взаємодії з колегами по індустрії дозвілля, аж до того, що люди готові увесь вільний («якісний») час проводити в торгівельних центрах, дивлячись телевизор, або переглядаючи сторінки інтернету, «не відчуваючи потреби уникати комерціалізації чи шукати своє справжнє Я чи будь-яку іншу істину поза звичними кордонами купівлі та реклами» [Ramsay, 2005, р. 38]. Втім, якщо змістити акцент з власне споживання/знищення товару на розширення бажання, тоді консумеризм є своєрідним втіленням саморозвитку людини. Зрештою в екзистенційному сенсі, принаймні в окремих випадках, можна сподіватися на естетичну за С. К'єркегором кризу, що таки може призвести до того-таки пошуку самості.

ілюзорним. Дійсно, «перформативна самопрезентація в соцмережах сприяє демократизації інформативних ресурсів», таки втілюючи «факт існування учасника комунікативних дій», позаяк так звана «приватна конфіденційність» сама є історичним феноменом, що конституювався християнським а потім і капіталістичним приватновласницьким дискурсами. Дійсно, «інтернетний гіпертекст сприяє формуванню відчуття єдності з планетарною спільнотою, шляхом необмежених розростань комунікаційних зв'язків», проте не так поширює «відчуття самотності», як є намаганням його подолати. Дійсно, «ризомні зв'язки сприяють відновленню актуальних смислів в кожній точці соцмережевої комунікації», а от саме «маніпуляції масовою свідомістю» не є феноменом суто мережевим, бо «хаотичному сприйняттю інформації» люди можуть піддаватися в принципі, якщо, звісно, їх буде хтось/щось скеровувати/примушувати. В цьому сенсі соціальна мережа не надто відрізняється від церкви. Тут варто звернути увагу, що знаходиться чи ні в тій чи тій соціальній мережі людина зрештою має/може вирішувати самостійно, і, до речі, маркером для неї буде саме невимушеність, до(з)вільність, розважальність її перебування в ній.

Вагомим аспектом такого перебування є якраз гра. Гральний характер спілкування саме й визначає його належність до дозвілля. Гра є важливим простором втілення само/взаємо-удосконалення, фіксацією особистісних відмінностей порівняно з іншими гравцями. Розвиток інтерактивних ігор це добре засвідчує. Гра, як це розуміли романтики, а згодом дослідив Йоган Гейзінга, маніфестуючи її як засадничу для культури, є втіленням свободи, людина грає(ться) цілком вільно, без примусу, виходячи за межі необхідного, серйозного, звичайних потреб. Як зауважує, продовжуючи цю думку, Аласдер Макінтайр, гра «важлива, бо вона є дослідницькою, бо вона звільняє тих, хто в ній бере участь, від тиску відчуття потреби, бо вона розширює як коло видів діяльності, якими варто займатися заради них самих, так і спектр задоволень, які можна отримати від таких видів діяльності, і тому що, переходячи від грайливості, яку демонструють як люди, так і дельфіни, до більш витончених форм гри, ми переходимо від інтелекту тварин до суто людського мислення» [MacIntyre, 1999, p. 85]. Втім, за подібною парадигмою гра є чимось тимчасовим, проміжним. Новітні технології дали змогу потенційно перетворити життя на гральний майданчик, принаймні збільшили час, що відводиться на гру, до якої доволі легко залучитися і яка може заповнювати чи не все життя, навіть приносити певний прибуток. Імовірно, в цих тенденціях можна побачити втілення формули Ф. Ніцше про три стадії духу, – зрештою людство майже наблизилося до *дитини, що вільно грається*.

Ігрового, змагального характеру набуває в кіберпросторі й мережева творчість. Ідеться про процеси само/взаємо-винаходження, що втілюються в різних способах самопошуку і постійно стимулюють продуктивність уяви, мислення. Дозвілля завжди пов'язувалося саме з творчою діяльністю. Власне саморозвиток (читання, писання), мистецтво зазвичай визначалися як позитивні форми дозвілля. Інтернет-технології демократизували ці процеси, даючи можливість кожному долучитися до творчої діяльності й розповсюджувати її результати. Ця діяльність, хоча й може монетизуватися, проте позбувається й тягаря приватновласницької моделі інтелектуальної власності або авторського права [див.: Храбров, 2022; Храбров, 2023]. Звісно, можна казати і про аматоризацію творчості, про падіння якості, майстерності тощо, але, по-перше, це не означає, що зовсім немає чи не буде створюватись якісний продукт і, по-друге, це ж саме і засвідчує розважальний/дозвільний характер такої творчості.

Нарешті будь-яка творчість має сенс, якщо її результати споживаються. Сьогодні так зване суспільство споживання майже цілком перейшло в кіберпростір. Ті ж соціальні мережі, торговельні платформи дозволяють споживати в будь-який вільний час. Утім споживання/консьюмеризм зазвичай викликає найбільшу стурбованість. В. Шивельбуш слушно зауважує: «Що більш розвиненою, механізованою, раціоналізованою та автоматизованою є техніка виробництва, то більш безособовими, безликими, «холодними» є виготовлені нею продукти-копії. Через дії економічного закону отримання найбільшого прибутку за найменших витрат змінюється також матеріальна консистенція продукту. Його

«питома вага» меншає. З кожним підвищенням продуктивності вона стає легшою і дешевшою, тож зменшення цінності переходить у зростання неповноцінності – врешті, перетворюється на мотлох» [Шивельбуш, 2018, с. 32-33]. Однак за таким знеціненням, серіацією, копіюванням, симулюванням тощо варто бачити не лише руйнівну логіку споживання, а й емансипацію від речей, від їх фетишизації, на чому будувалося доволі злиденне життя й фобії минулих поколінь. Зрештою дозвоільне/розважне ставлення до речей/товарів тут не так відповідає руйнівним ритуалам потлачу, як стимулює виробництво нового.

Підсумовуючи, людина (кібер)дозвілля (звільнена від тягара індустріальної доби, дисциплінарної праці, а, можливо, з часом і статистичного контролю) демонструє своє прагнення до: спілкування як можливості само/взаємо-(ре)презентації, що втілюється у тій чи тій спільно(с)ті; ігрового характеру само/взаємо-удосконалення, що презентує відмінності й особистісні здобутки; творчої діяльності, що маніфестує само/взаємо-винаходження особистостей, і зосередженість саме на продуктах діяльності, які зрештою можуть вільно споживатися, хай і є свідченням своєрідного ентропійного само/взаємо-забуття, яке втім стимулює створення нового, нехай і через копіювання чи симулювання.

Насправді зрозуміло, що за всіма обмеженнями, які створені природою, за всіма формами соціальних примусів, людина прагне життєвого світу, що утворювався б привіллям розваг, насолодою дозволя, невимушеним спілкуванням, вільною грою, творчою діяльністю і легкістю споживання. Все респта – злиденне...

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Петров В. Є. *Соціальний простір кінематографа*: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук: спеціальність 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2017. 193 с.

Розанвалон П. *Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку* / пер. з франц. Є. Марічева. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. 246 с.

Храбров Г. О. Peer-to-peer (пост)авторство. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*. 2022. № 67. С. 69-75. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2022-67-8>

Храбров Г. О. Децентрація автентичного авторитетного автора. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*. 2023. № 68. С. 52-59. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2023-68-6>

Шабанова Ю. О. Соціальні мережі в антропологічному вимірі метамодерну. *Digital transformations in culture: Scientific monograph*. Riga: «Baltija Publishing», 2023. С. 330-346. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-19>

Шивельбуш В. *Речі і люди. Есей про споживання* / пер. з нім. О. Юдін. Київ : Ніка-Центр ; Львів : Видавництво Анетти Антоненко, 2018. 192 с.

Bouwer J.; Leeuwen M. van. *Philosophy of leisure: foundations of the good life*. New York: Routledge, 2017. viii + 242 p.

Giddens A. Notes on the Concepts of Leisure and Play. *Sociological Review*. 1964. XII. P. 73–89.

Himanen P. *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House, 2001. xvii + 232 p.

MacIntyre A. *Dependent Rational Animals: Why Human Beings Need the Virtues*. Chicago: Open Court Publishing Company, 1999. 172 p.

Ramsay H. *Reclaiming leisure: art, sport, and philosophy*. New York: Palgrave Macmillan, 2005. 221 p.

Seltzer C. *Coney Island: the limits and possibilities of leisure in turn of the century American culture*. Washington, D.C.: Georgetown University, 2011. 131 p.

Храбров Георгій Олегович

аспірант кафедри філософії та суспільних наук гуманітарно-правового факультету
Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського
"Харківський авіаційний інститут"
вул. Чкалова, 17, Харків, Україна, 61070
E-mail: l2velial@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0397-3289>

Стаття надійшла до редакції: 24.07.2023

Схвалено до друку: 16.09.2023

(CYBER)SPACES FOR LEISURE

Khrabrov Heorhii O.

PhD Student, Faculty of Philosophy
Department of Philosophy and Social Sciences of the Humanities and Law Faculty
National Aerospace University – Kharkiv Aviation Institute
17, Chkalova str., Kharkiv, Ukraine, 61070
E-mail: l2velial@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0397-3289>

ABSTRACT

The article defines the specifics of the development of contemporary society as a space of leisure. In particular, the key cyberspaces of leisure are distinguished. It is noted that the development of society since the second half of the 20th century consists precisely in the release of time and the formation of leisure spaces, when a person is devoted to himself, does not solve problems related to survival or social responsibilities. It is noted that a contemporary person spends his free time mainly (having fun) on the Internet. Therefore, the contemporary social world, created by the latest technologies, is a cyberspace of leisure, in which people increasingly produce something, create, engage in certain activities primarily for entertainment. In our opinion, these closely intersecting spaces are defined by the human desire for communication, play, creativity and consumption. In contrast to the philosophical tradition, which was more focused on the so-called positive forms of leisure (self-development, education, creativity), when entertainment was considered only as one of the types of leisure, in our opinion, contemporary cyber spaces of leisure correspond precisely to the entertaining attitude of a person to himself and the world and in the end constitute this attitude as a kind of worldview perspective, form a human of (cyber)leisure. A human of (cyber)leisure demonstrates his desire for: communication as a possibility of self/mutual-(re)presentation, embodied in the search for various forms of community; playful nature of self/mutual-improvement, which presents differences and personal achievements; creative activity that manifests self/mutual-reinvention of personalities, and a focus on the products of activity that can be freely consumed, stimulating the creation of new.

Keywords: *leisure, leisure cyberspaces, entertainment, communication, game, creativity, consumption.*

REFERENCES

- Bouwer, J.; Leeuwen, M. van. (2017). *Philosophy of leisure: foundations of the good life*. New York: Routledge.
- Giddens, A. (1964). Notes on the Concepts of Leisure and Play. *Sociological Review*, XII, 73–89.
- Himanen, P. (2001). *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House.
- Khrabrov, H. O. (2022). Peer-to-peer (post)authorship. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University, Series "Philosophy. Philosophical Peripeteias"*, 67, 69-75. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2022-67-8> (In Ukrainian).
- Khrabrov, H. O. (2023). Decentration of authentic authoritative author. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University, Series "Philosophy. Philosophical Peripeteias"*, 68, 52-59. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2023-68-6> (In Ukrainian).

- MacIntyre, A. (1999). *Dependent Rational Animals: Why Human Beings Need the Virtues*. Chicago: Open Court Publishing Company.
- Petrov, V. E. (2017). *The social space of the cinematograph*: thesis for the degree of Candidate of Philosophical Sciences: specialty 09.00.03 - social philosophy and philosophy of history. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University. (In Ukrainian).
- Ramsay, H. (2005). *Reclaiming leisure: art, sport, and philosophy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rosanvallon, P. (2006). *Utopian capitalism. History of the idea of the market* / Trans. E. Marycheva. Kyiv: Ed. house "Kyiv-Mohyla Academy". (In Ukrainian).
- Seltzer, C. (2011). *Coney Island: the limits and possibilities of leisure in turn of the century American culture*. Washington, D.C.: Georgetown University.
- Shabanova, Y. O. (2023). Social networks in the anthropological dimension of metamodern. *Digital transformations in culture: Scientific monograph*. Riga: «Baltija Publishing», p. 330-346. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-19> (In Ukrainian).
- Schivelbusch W. (2018). *Things and people. Essay on consumption* / trans. O. Yudin. Kyiv: Nika Center; Lviv: Anetta Antonenko Publishing House. (In Ukrainian).

Article arrived: 24.07.2023

Accepted: 16.09.2023