

Di Di Di Digital Hedonism

Szöveg Text by **Tillinger Zsófi**
 Illusztráció Illustration by **Liz Mayer**

MULTSÁGOS ÉS EGYBEN ROPPANT TANULSÁGOS VISSZANÉZNI, HOGYAN KÉPZELTÉK EL ELŐDEINK SZÁZ ÉVVEL EZELŐTT A 2000-ES ÉVEK JÖVŐJÉT. ROBOTFODRÁSZOK, KÉZI TEKERÉSŰ TUDÁSÁTVIVŐ FEJHALLGATÓK, AUTOMATA SMINKELŐGÉPEK, GOMBNYOMÁSRA RÁNK SZABOTT RUHÁK, LUXUS REPÜLŐMOBILOK PEZSGÓT ÖNTŐ PINCÉRDROIDOKKAL. FANTÁZIA VOLT BŐVEN EZEKBE AZ EMBER KÉNYELMÉT SZOLGÁLÓ, FUTURISZTIKUS VÍZIÓKBAN - AZONBAN AZ EGYETLEN DOLGOT, AMELY IGAZÁN ÉS GYÖKEREIBEN VÁLTOZTATTA MEG AZ EZREDFORDULÓ UTÁN AZ ÉLETÜNKET, SENKI SEM GONDOLTA VOLNA, EGY PILLANATIG SEM. EZ PEDIG A BÁRHONNAN ELÉRHETŐ DIGITÁLIS MÉDIA.

Míg tíz évvel ezelőtt jobbra csak viccből volt az embernek e-mail-fiókja, addig mostanra a legtöbbszörnek nem csak egy van, és ezek elengedhetetlenek a napi kommunikációban. A kétezres évek közepén a Facebook és az egyéb közösségi oldalak egy-egy óra, mókás elfoglaltságot jelentettek – „*De jó, a svéd barátom is látja a fotómat! Milyen érdekes ez a Mi volt az előző életemben az indián nevem játék!*” –, mára viszont a hírközlés és az üzleti világ kirobbanthatatlan, megkerülhetetlen alapkövei lettek, ahol dollármilliárdok dolgoznak naponta. A digitális média ilyen extrém mértékű térnyerése pedig nem csupán a kapitalista gépezetet hajtja olajozottan, hanem ugyanannyira rányomja a bélyegét a személyiségünkre is. Mert mit teszünk leggyakrabban a világhálón? Visszajelzést adunk másoknak, és visszajelzést várunk másoktól. A borneói egzotikus és szolidan szexi fotónkra, a spontánnak tűnő, többször átfogalmazott és gondosan

hashtagelt posztunkra, az érdeklődésünket és intellektusunkat kifényesítő cikkekre, amiket megosztunk, az elért szakmai sikereink szerénytelenség nélküli kiírására, a magánéletünk polírozott online státuszaira. Ámulatot akarunk kelteni, és olykor sajnálatot, megértésre vágyunk, máskor meg irigységre, vitát akarunk szítani, véleményt statuálni, büszkélkedni, szomorkodni, szeretetet kicsikarni. Figyelmet és reakciókat akarunk, még hozzá folyamatos, konstans visszacsatolásokat. De mivé tesz minket ez az alapvetően ártalmatlannak tűnő tevékenység?

DIGITÁLIS ÖNTUDAT

Végtelenül furcsa belegondolni, hogy az oly sokat emlegetett Y-generáció, azaz a mostani huszonevesek az utolsó olyan generáció a földön, amely még az internet előtt született. Mostantól mindenki, aki utánuk jön, már beleszületik a világhálóba: nemcsak világra,

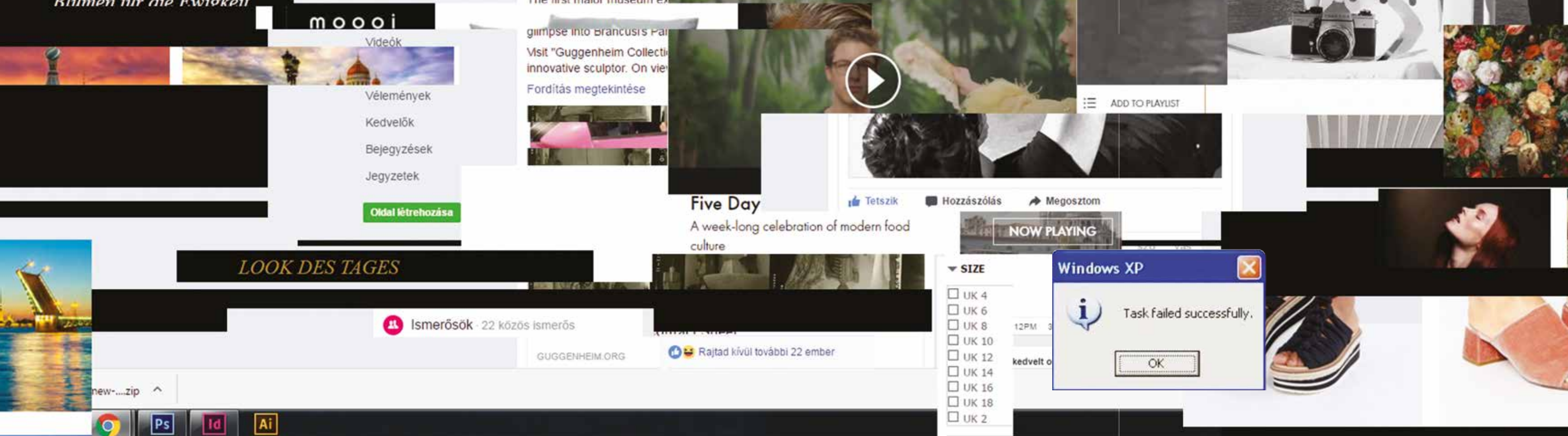
I FIND IT EXTREMELY AMUSING AND ENLIGHTENING TO LOOK BACK AND SEE HOW OUR PREDECESSORS VIEWED THE FUTURE OF THE 2000S A HUNDRED YEARS AGO. ROBOTIC HAIRDRESSERS, MANUALLY PROGRAMMED HEADPHONES TO TRANSFER KNOWLEDGE, AUTOMATIC MAKE UP KITS, TAILORED CLOTHES WITH THE PUSH OF A BUTTON, LUXURIOUS FLYING CARS WITH DROIDS CONSTANTLY POURING US CHAMPAGNE. THESE FUTURISTIC VISIONS OF A MORE COMFORTABLE LIFE CERTAINLY HAD AN ABUNDANCE OF FANTASY, HOWEVER, NO ONE COULD HAVE IMAGINED THE ONLY ASPECT THAT TRULY AND FUNDAMENTALLY CHANGED OUR LIVES AFTER THE TURN OF THE CENTURY. IT IS NONE OTHER THAN THE UBIQUITOUS DIGITAL MEDIA.

While ten years ago people had an e-mail account just for the fun of it, now most of us have more than one and these are indispensable in our everyday communication. Around the mid-2000s Facebook and other social media were nothing but a way to entertain and amuse ourselves with statements like: ‘*Wow, my Swedish friend can also see my pictures*’ or ‘*I love this “What was my Native American name in my previous life”-game*’. But nowadays they are the unavoidable foundations of the media and business world, where billions of dollars change hands on a daily basis. Not only does this extreme expansion of digital media drive the machines of capitalism without fail, but it impacts our personalities as well. What do we do most often in the world? We give feedbacks to others, whilst waiting for the same. We upload our exotic, slightly sexy pictures from Borneo, write posts that may appear spontaneous,

but had been rewritten several times with carefully chosen hashtags, share articles that emphasize our intellect, post our professional achievements without a hint of modesty, and share a bright and shiny version of our private lives. We want amusement or sometimes pity and compassion, while another time we want others to be envious of us or generate a discussion and state our opinions; we wish to show our pride and sorrow, and to make others love us. We want attention, reactions and a constant flow of feedbacks. But what does this seemingly harmless activity turn us into?

DIGITAL SELF-AWARENESS

It is unbelievably strange to realize that the often mentioned Y generation, people in their 20s, is the last generation in the world to have been born before the internet. From now on when children are born into this



”
Sokkal egyszerűbb a világhálón hedonistának lenni, mint az offline valóságban
 ”

hanem világhálóra is jönnek korunk gyermekei. Sőt, már sokkal előbb megszületnek a világhálón, mint a világban: Marcika már be van tagelve anyu pociján és a pöttynyi magzati ultrahangon Facebookon és Instán hónapokkal azelőtt, hogy megszületik. Marcika még évekig ki sem tudja mondani, hogy mama és papa (vagy épp a saját nevét sem), amikor már digitális albumok sokasága van tele a büszke szülők róla készített fotóival. Marcika első vicces mondatai is idézetként kiemeltetnek és leiratnak a közösségi csatornákon, még mielőtt ő maga írni és olvasni volna képes. Marcika így közel nyolc-

tíz éve létezik már a digitális világban azelőtt, hogy ő maga öntudatra ébredne, és értené, mi az a digitális média.

Így nem is kell csodálkozni, hogy az utánunk következő generáció számára közel sincs olyan éles választóvonal a tapintható, háromdimenziós valóság és a képernyőkön létező digitális realizmus között, mint nekünk, akik éltek még az internet előtt. Az új kor gyermekei már korábban léteznek virtuálisan, mint valóságosan; öntudatuk ennél fogva kéz a kézben fejlődik ki saját maguk közösségi platformokon megalkotott avatárjával. Mert, valljuk be, gyakran önmagunk avatárjait hozzuk létre. Egy-egy olyan alias személyt, akit magunkból láttatni szeretnénk. A sokat utazó, csodás alakú, irigylésre méltó életet élő hedonistát, akit lenyomott szívecskék és lájkok rajongnak körül. Szétfiltrezzük az életet egy vágykeltő digitális profilért, miközben a szürke hétköznapi buszon lehajtott fejű valóságára nem tudunk lightroomot tolni. Felhasználói profilok sokaságával lépünk be változatos oldalakra, ahol bárkik lehetünk. Kielehetjük legvadabb fétiseinket a pornósajtókon, amiről a valóságban hallgatunk. Blogolhatunk az életünk megosztani kívánt szeletéről, a nem megosztani kívántakról pedig szépen hallgatunk. Nyomhatunk tíz darab lol-t meg kettőspont-nagydét, és a valóságban teljesen faarccal szétröhöghetjük magunkat a digitális világban. Valljuk be: sokkal egyszerűbb a világhálón hedonistának lenni mások szemében, mint az offline valóságban, a sajátunkban.

HA NINCS KÉP: AKKOR TÖRTÉNT MEG IGAZÁN

Hazugság lenne? Nem, nem feltétlenül. De az teljesen biztos, hogy a realitás megváltozott. Főleg, hogy a következő generáció számára a digitális valóság ugyanolyan realitás, mint az igazi. Egyszerre születik, egyszerre hal meg. Történt már öngyilkosság azért, mert kevés lájkot kapott valaki a státuszaira – és ugyanígy bizonyított, hogy boldogsághormonokat termel a szívecske- vagy retweet-dömping. A digitális sikertelenség és az online pozitív visszacsatolás tapintható hatással van a kézzelfogható valóságra – így nem lehet azt mondani, hogy még mindig a valóság az igazibb, amikor ételtől kezdve ruhán és orvosi ellátáson át a testi élvezetekig mindent megkaphatunk egy gombnyomásra, és ugyanilyen digitálisan kereshetjük meg mindezekre a fizetésünket.

A digitális hedonizmus valóságos, és mint ilyen, nem érdemes jó vagy rossz jelzőket ráaggatni. A létezését és a mindennapjainkban betöltött szerepét viszont a lehető legtudatosabban kell kezelni, hogy a virtuális boldogsággepezet irányítópultjának jó oldalán álljunk, és önmagunk avatárjaira offline-t nyomva meg tudjuk élni a háromdimenziós valóság legfantasztikusabb pillanatait.

”
It is much easier to be a hedonist on the web than in the offline reality
 ”

world, they are also born into the World Wide Web. Moreover they appear in the world even sooner on the web because little baby Johnny is already tagged on his mother's belly or on the ultrasound pictures months before he is born. Little baby Johnny cannot even say mom or dad (or even his own name) for years, but he already has numerous digital albums filled with pictures taken by the proud parents. Little baby Johnny's first funny sentences are posted and emphasized on social media, even before he could learn to read or write. Little baby Johnny has already been part of the digital world for 8-10 years before his own self-awareness develops and can understand what digital media is.

We shouldn't be surprised that the borders between the palpable, 3 dimensional reality and digital realism on the screen are not as clear for the new generations as it is for us. Children of this new age exist virtually before in they do reality, therefore their self-awareness is developed hand in hand with the avatars they create for themselves on social media platforms. Let's be honest, we often create our own avatars, an alias that we would like other people to see: the well-travelled hedonist with a perfect figure and enviable life, who is surrounded by hearts and likes. We take hundreds of selfies just to get a profile picture that makes us look desirable, however, we cannot install Lightroom on the grey reality of our weekdays, on the buses with our heads bent. We sign in with numerous profiles to a variety of websites, where we can be anyone. We can indulge ourselves in our wildest fetishes

on porn sites, but keep quiet about it. We can blog about the slices of our lives that we wish to share and keep the rest to ourselves. We can send ten lols and colon-capital-ds and laugh our asses off in the digital world while sitting with deadpan expressions in reality. Let's be honest, it is much easier to seem as a hedonist on the web than in the offline reality, in our own.

NO PIC: IT DID HAPPEN

Is it a lie? No, not necessarily, but reality has definitely changed. Especially since for the next generation, digital reality is as true as the real one. The two are born together and so they die together. People committed suicide over not receiving enough likes for their status updates, and at the same time it is proven that an abundance of little hearts and retweets produce hormones responsible for happiness. Digital failures and online positive feedbacks have a palpable impact on reality, therefore we cannot claim that reality is more real. From food, through clothes and medical care, to physical pleasures, we can get everything with the push of a button, while we can even earn money for these the same way: online.

Digital hedonism is real and as such, it is not worth labeling it good or bad. Its existence and role in our everyday lives should be managed consciously, to stand on the right side of the control panel of the virtual happiness machines, and to be able to turn off our own avatars and live the most amazing moments of the 3 dimensional reality.