

Арсен Даллан
Карлен Даллакян

УЛЬТИМАТУМ УДОВОЛЬСТВИЯ

2-е издание, электронное



Москва
Лаборатория знаний
2021

УДК 316.3/4
ББК 87
Д15

Даллан А.

Д15 Ультиматум удовольствия / А. Даллан, К. Даллакян. — 2-е изд., электрон. — М. : Лаборатория знаний, 2021. — 237 с. — Систем. требования: Adobe Reader XI ; экран 10". — Загл. с титул. экрана. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-93208-562-2

Эта книга, уже успевшая выйти в Европе на английском языке и с успехом продающаяся по всему миру, представляет собой нетривиальный авторский взгляд на феномен удовольствия и заметно выделяется на фоне других книг подобной тематики. В увлекательной форме рассказывается о том, как освободиться от гнета удовольствия, грозящего не только личной экономической несвободой, но и деградацией всего социума. Книга меняет представление об удовольствии как о личном наслаждении и открывает его доминирующую роль в социальном развитии.

Для маркетологов, топ-менеджеров, политиков, PR-технологов, общественных деятелей, деятелей культуры, а также всех тех, кто желает по-новому взглянуть на свою жизнь.

УДК 316.3/4
ББК 87

Деривативное издание на основе печатного аналога: Ультиматум удовольствия / А. Даллан, К. Даллакян. — М. : Лаборатория знаний, 2017. — 234 с. : ил.

ISBN 978-5-906828-96-5.

16+

В соответствии со ст.1299 и 1301 ГК РФ при устранении ограничений, установленных техническими средствами защиты авторских прав, правообладатель вправе требовать от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации

ISBN 978-5-93208-562-2

© Лаборатория знаний, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.	3
Над книгой работали	6
Глава 1. Природа и сущность феномена удовольствия	7
1.1. Эпикурейская школа об удовольствии.	9
1.2. Стоицизм и удовольствие.	11
1.3. Отношение киников к удовольствию.	16
1.4. Современная наука об удовольствии.	18
Глава 2. Место и роль удовольствия в поведенческом маркетинге	35
2.1. Принятие решений и роль удовольствия в нем	36
2.2. Эволюция и социально-креативная дифференциация	42
Глава 3. Эволюция культуры и удовольствия.	49
3.1. Удовольствие в дионисийской культуре	50
3.2. Удовольствие в аполлонической культуре	52
3.3. Удовольствие в жизни средневекового человека	53
3.4. Удовольствие в эпоху Возрождения	57
3.5. Удовольствие в фаустовской культуре Нового времени	61
Глава 4. Удовольствие в эпоху массового потребления.	65
4.1. Удовольствие от общения.	71
4.2. Удовольствие от игры	76

4.3. Удовольствие от информации, новостей	86
4.4. Удовольствие от конформизма, социального соответствия	95
4.5. Удовольствие от принесения пользы.	100
Глава 5. Потребительский капитализм в сравнении с гуманистической культурой.	107
5.1. Монополизация удовольствия и тирания рынка . .	109
5.2. Спрос: от потребностей к желаниям	111
5.3. Ультиматум: человек или потребитель?	113
Глава 6. Как подняться над удовольствием.	117
6.1. Отличать желание от удовольствия	118
6.2. Отличать удовольствие от наслаждения.	128
6.3. Не пытаться избавиться от удовольствия.	132
6.4. Различать длительное и кратковременное удовольствие	137
6.5. Тренировать силу воли	141
6.6. Хотеть то, что хочешь	158
6.7. Не позволять лишать себя осознанного удовольствия.	167
Глава 7. Ловушки удовольствия.	
Куда приводит неосознанное удовольствие	189
7.1. Удовольствие от страдания.	190
7.2. Удовольствие от изоляции	195
7.3. Удовольствие от принадлежности	198
7.4. Удовольствие от подчинения и власти.	200
7.5. Удовольствие от побега	205
7.6. Удовольствие от чувства вины.	207
Глава 8. Что будет, когда превзойдем удовольствие.	213
8.1. Человекобог и Богочеловек.	214
8.2. Новый гуманизм	223
Заключение	230
Об авторах.	232