

УДК 821.26:316.161

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.11>

М. В. Сінельнікова

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6085-6087>кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії

Національного університету «Львівська політехніка»

СУЧАСНЕ ХЕЙТЕРСТВО ЯК ПРОДУКТ РЕСЕНТИМЕНТУ

Хейтерство – явище сучасного світу, без якого не обходиться жодна публікація в соціальних мережах, оскільки «зараз ми підготовлені та навчені критично ставитися до всього» [2, с. 161]. Цьому сприяє онлайн формат соцмереж, завдяки якому число хейтерів з кожним роком зростає в геометричній прогресії. Тому дослідження феномену хейтерства є надзвичайно актуальним сьогодні, адже Інтернет відіграє ключову роль в житті кожного з нас, через що вміння розуміти природу хейту та правильно, адекватно реагувати та нього є вкрай важливим. На даний момент до кінця ще не прояснені ні причини хейтерства в мережі, ні сутність даного феномену. Для роз'яснення цих моментів, автор пропонує зіставити сучасне хейтерство з філософським поняттям «ресентименту», який був популяризований найбільш провокаційним мислителем XIX ст. Фрідріхом Ніцше.

Варто зауважити, що досліджень ніцшеанського феномену ресентименту сьогодні є чимало, взяти хоча б праці Макса Шелера, Себастьяна Аешбаха, Вальтера Кауфмана, Жюльє Дельоза, Сібе Шаапа, Тараса Лютого, Ніколаса Бірнса, Роберта Соломона, Рюдигера Бітнера та ін. В порівнянні з цим розвідок, присвячених вивченню діяльності хейтерів є надзвичайно мало, це роботи Джея Бера, Джона Сулера, Войцеха Малеського, Марти Коваль тощо. І практично відсутні дослідження, в яких природа хейтерства аналізується та виводиться з ніцшеанського почуття ресентименту. Тому *метою даної статті* є з'ясування сутності сучасного хейтерства як продукту ресентименту.

Вклад основного матеріалу. Ера соціальних мереж диктує свої правила, перетворюючи сучасність на світ повальної критики та тотальної співучасті, даючи можливість кожному стати «вповноваженим» експертом та «досвідченим» критиком, які часто плутають свободу слова із вседозволеністю та сваволею. Це в поєднанні із анонімістю, непомітністю, асинхронністю, соліптичною інтродукцією, дисоціативною уявою та мінімізацією авторитету [21, с. 321] соціальних мереж, провокує зростання ресентименту та саморесентименту, які якнайповніше проявляють себе у феномені сучасного хейтерства.

Французький термін «ресентимент» можна визначити як «самоотруєння душі» [18, с. 4], образу, обурення, злопам'ятність, озлобленість, відчуття ворожості та ненависті до того, що людина вважає причиною власних невдач. До цього переліку можна додати безсилу заздрість та лють, важкий «тягар» провини, яку людина відчуває за свою неспроможність щось змінити. Внаслідок чого у неї формується стійке відчуття слабкості та безпорадності, які провокують постійні слески безпричинної агресії та хейту в соцмережах. В даному аспекті ресентимент розкриває психологічну сторону хейтерства, постаючи одним «із найважливіших внесків у психологію» [10, с. 371], виступаючи однією з причин, яка спонукає людину ненавидіти, принижувати та цькувати інших, тим самим перетворюючи її на хейтера.

Багато дослідників використовують термін «ресентимент» переважно в оригіналі французькою мовою (*ressentiment*), оскільки його важко перекласти англійською чи німецькою. Крім цього всі три варіанти різняться між собою передусім змістовно, «і *to resent*» в англійській мові, і *ressentir*» у французькій вказують на більш відверте роздратування, меншу образу, ніж німецьке слово» [5, с. 128]. Також англійський термін здебільшого відображає індивідуальну сторону ресентименту. Тоді як французький розглядає як індивідуальний, так і соціальний його аспект [6, с. 27], формуючи тим самим своєрідну його «соціологію» [18, с. 3]. Через що ресентимент добре підходить для дослідження складних психологічно-соціальних процесів, таких як хейтерство, які можуть бути феноменологічно простими, бо даються в одному акті переживання [22, с. 218].

Сьогодні немає єдиного визначення слова «хейтер», але найбільш влучним видається наступне: це Інтернет користувач, який транслює ненависть, ображає, зневажає та провокує усіх, з чією позицією, думкою чи ідеєю він не згоден. Часто хейтерів плутають з іншими «агресорами» соцмереж – троями чи ботами. Однак не варто вважати хейтерами усіх, хто відкрито виражає свої погляди чи невдоволення онлайн. Також їх слід відрізнити від «найманих працівників», діяльність яких використовують для «чорного» піару

з метою дискредитації конкурентів. «Справжній» хейтер не отримує ніякої особистої вигоди, він лише прагне заподіяти шкоду іншому.

Основна мета онлайн хейтингу «полягає в публічному вираженні негативного ставлення до певної особи чи предмету» [12, с. 2]. Тому всі свої зусилля хейтери спрямовують на те, щоб отримати реакцію від публіки. Через що їх уїдливі коментарі частіше за все призводять до чвар та конфліктних ситуацій, які виступають для хейтерів головною метою, адже їх цікавить сам процес, а не бажання дійти консенсусу. Звідси зрозуміло, що напруження, ворожнеча та ескалація конфлікту в соціальних мережах – це скоріше наслідки хейтерства та ресентименту, в той час як їхня істинна сутність прихована за «фасадом» пристойності та благополуччя.

Не в змозі продуктивно себе проявити, хейтери вдаються до агресивної природи ресентименту, щоб хоч якось привернути до себе увагу. Тому кожному хейтеру властива ідея психологічної токсичності, яку він намагається виплеснути в соціальних мережах. Але кривдячи та критикуючи інших, хейтер засвідчує своє негативне відношення не так до них, як до самого себе. Подібна неоднозначність у хейтерському ставленні нагадує поділ ресентименту на «слабкий», який звернений на самого себе (саморесентимент або саморуйнування) та «сильний», спрямований назовні [1, с. 94]. Можна припустити, що хейтер проходить шлях від «слабкого» до «сильного» ресентименту. Адже щоб не звинувачувати себе у власних негараздах, хейтер все своє невдоволення звертає на інших, на яких перекладає відповідальність за власне, невдале життя.

Таку поведінку хейтера, влід за Джоном Сулером, можна охарактеризувати як «розгальмування» в мережі [21, с. 321]. Існує декілька видів подібного «розгальмування»: «доброякісне» і «токсичне». «Доброякісне» вказує на спроби людини краще себе пізнати, вирішити власні негаразди, дослідити свої можливості. Даний вид «розгальмування» нагадує вид ресентименту, який виступає «джерелом енергії, що володіє потенційно позитивною силою» [4, с. 24], яка дає людині насагу змінювати існуючі обставини на краще. Джерелом хейтерства виступає зовсім інший вид ресентименту, який можна охарактеризувати як «токсичне розгальмування» [21, с. 321], що виступає як сліпий катарсис, покликаний нейтралізувати психологічний дискомфорт хейтера, тому не містить жодного особистісного зростання.

Зважаючи на це, хейтерство, як і ресентимент, можна вважати нездоровим типом світогляду, що виходить з позиції слабкості та почуття неповноцінності. Хейтер, який заціклюється на власній неспроможності, більше не здатен об'єктивно оцінювати власні можливості, через що і вдається до

ресентименту. Але це зовсім не означає, що хейтер насправді безпорадний і ні на що нездатний, просто він так себе почуває. Вирішальним тут є «не факт неповноцінності, а почуття неповноцінності» [20, с. 66], яке формується при постійному порівнянні себе з іншими, з якими хейтер, як він вважає, не може зрівнятися. Це викликає почуття приниження та образи [16, с. 114], які в подальшому сприяють формуванню у хейтера стійкого почуття ресентименту, який стає постійною рисою його характеру.

Однак під маскою образи часто приховується банальна хейтерська заздрість, яку можна визначити як «злість, активне зло, вороже почуття, причиною якого виступає образа за успіх інших і бажання подібного для себе» [8, с. 8]. Заздрість надзвичайно багатогранна, її прояви можуть коливатися від професійних ревнощів до ненависницьких настроїв. Між цими гранями є суттєва відмінність, адже якщо «ревнивонець ревнує те, що є у нього, то заздрісник заздрить тому, що є в інших» [8, с. 45]. Хейтера і справді бентежать не скільки власні невдачі чи втрати, скільки досягнення і здобутки інших. Тому в хейтерстві заздрість проявляється в своєму найгіршому, «чистому» вигляді: коли заздрісник не бажає ніяких благ для себе, для нього головне, щоб вони не дісталися іншому.

Варто відзначити, що заздрість, як і ресентимент, не завжди є деструктивною, деколи вона змушує людину працювати наполегливіше. Це т.зв. «доброякісна заздрість», яка надихає особистість на більші звершення, підвищуючи її конкурентоспроможність [19, с. 103-107]. Проте у більшості випадків, заздрість відповідає руйнівному потенціалу хейтерства та ресентименту, які не спонукають, а, навпаки, ослаблюють волю. У зв'язку з цим принциповою рисою хейтерства, як продукту ресентименту, виступає відсутність у його носіїв реальної сили та влади. Хейтера в ресентименті приваблює саме його сила, нехай навіть руйнівна. Для здобуття цієї сили хейтер створює цілий цикл обману, точніше самообману, який в даному випадку виступає свідченням втрати хейтером власної унікальної сутності.

Хейтер, засліплений ресентиментом, «переконаний» в своїй правоті, а «переконана людина не хоче міркувати критично: їй потрібно всіх перекричати, зробити так, щоб її слово було останнім» [11, с. 85]. Тому хейтерство, як і ресентимент, небезпечний саме своєю завуальованістю, оскільки часто виступає під гаслами «турботи», «поради», «допомоги», «наставництва» тощо. Така підміна покликана приховати справжню мотивацію хейтера та позбавити його нестерпного почуття безпорадності та неідеальності, адже в мережі він відчайдушно намагається представити свою «компетентність» та «професіоналізм»,

якими насправді не володіє. З огляду на це хейтерство, завдяки ресентименту, виступає в соцмережах як своєрідний механізм самоствердження, який з'являється, коли людська самооцінка знаходиться під загрозою. Подібна загроза, справжня чи уявна, приводить хейтера до бажання принижувати, нищити та зневажати.

Мішенню для таких нападок завжди виступають інші, які, як вважає хейтер, зазіхають на його «місце під сонцем», своєю «довершеністю» викривають його «недосконалість». Це неабияк зачіпає марнославство та себелюбство хейтера. Тому в мережі він завжди обирає тактику «нападу», завдяки якій намагається повернути собі почуття власної гідності. За допомогою ресентименту хейтер намагається самореалізуватися у запереченні. Не маючи змоги отримати бажаного, він прагне знецінити, висміяти, отруїти ту радість і щастя, яких у нього немає, намагається зробити усе, щоб не дати іншим насолодитися тим, що в них є. Тому ключовою рисою хейтера, який знаходиться під впливом ресентименту, є не його злість, а огидна недобррозичливість, його знецінювана здатність знецінювати [7, с. 117].

Піддаючись ресентименту, хейтер втрачає соціальні зв'язки, через що його взаємини з іншим стають нестерпними. «Пекло – це інші» – саме ця відома фраза Ж.-П. Сартра може стати гаслом сучасного хейтера, ураженого почуттям ресентименту, бо саме вона передбачає наявність бінарної ідентифікації «я-інший», «я-ворог». Інші і справді починають сприйматися хейтером достеменно як особисті «ворогі», які несуть пряму загрозу, тому заслуговують негайного знищення. Подібні думки посилюються через втрату соціального статусу або особистої невлаштованості, що в поєднанні з почуттям ресентименту, стають ключовим фактором моральної дезорієнтації та соціальної ізоляції хейтера.

Завдяки цій дезорієнтації соціальним мережам вдається вибудувати нові моральні контексти поверх старих, неактуальних, що розкриває ціннісний аспект хейтерства, як продукту ресентименту. Сучасні соцмережі провокують процеси моральної девіації, які послаблюють аксіологічні обмеження особистісних комунікацій і призводять до ідеологічної трансформації хейтера. Тому хейтерство, як і ресентимент – це антропологічний стан, який змінює людську ідентичність. Головним чинником такого перетворення стають сучасні соціальні мережі, які пропагують нарцисизм [9, с. 3] та самомилування. Людина не живе, не запостивши своє фото, розповідь, коментар тощо, бо лише так вона відчуває повноту життя та значимість власних дій.

Крім цього мережева пропаганда прагматизму і гедонізму орієнтує людей на досягнення успіху за будь яку ціну, що призводить до формування

у хейтера хибного уявлення про нецінність та неважливість чужого життя. Однією з найбільш небезпечних рис ресентименту, яка проявляється у хейтерстві, є ризик впливу однієї людини на іншу. Це перетворює ресентимент та хейтерство на «інфекційну хворобу», яка швидко поширюється і набуває все нових форм свого мережевого прояву, захоплюючи все більшу онлайн аудиторію. Така динамічна реальність глобальної комунікації сучасної «епохи натопву» [13] вимагає від людини формування нових риторичних прийомів захоплення онлайн простору – агресивності, епатажу, хайпу тощо. Тому хейтерство, як і ресентимент, активно процвітають сьогодні, оскільки «громадська думка більше залежить від захоплюючих емоцій і суб'єктивних переконань, ніж від об'єктивних фактів» [17, с. 92]. Це спонукає хейтера «перекручувати» дані, подавати їх у власній, більш цікавій та захоплюючій інтерпретації, яка «включає соціальне розміщення, психічну конституцію і когнітивні особливості інтерпретатора» [3, с. 52].

Таким чином хейтерство, як і ресентимент, зачіпає всі сфери людського життя, трансформуючи саму природу людської особистості: як емоційну сферу, так і розум, як оцінки, так і формування світогляду, як чуттєве сприйняття предметів, так і зону дії, причому не тільки на індивідуальному рівні, але й на рівні міжособистісних взаємин. У цьому сенсі хейтерство, як продукт ресентименту, є не застиглим чуттєвим станом, а живою творчою силою, яка мотивує хейтера до активного перетворення дійсності, з метою її «покращення». Сформована під впливом ресентименту установка, мотивує хейтера до створення нової, «альтернативної» реальності, в якій він презентує себе як «успішного» та «авторитетного» експерта, до якого прислухаються, думку якого поважають.

Внутрішній неспокій хейтера, «зарядженого» руйнівною енергією ресентименту, пропускається через його дії, через що в соцмережах часто виникають такі негативні явища, як газлайтинг, булінг, а'бюз, расизм тощо. «Виправданням» такої поведінки слугує «моральна вищість» хейтера, яку він отримує надаючи перевагу «перекрученим» ресентиментом цінностям, які, на його думку, є важливішими. Цінності, які формуються у хейтера під впливом ресентименту, не є сформованими ним особисто, а скоріше приймаються ним з інструментальною метою. Насправді хейтери не усвідомлюють свої фактичні мотиви через навмисне уникнення рефлексивного самопізнання. Це споріднює хейтера з фарисеєм, який «захоплюється тим, що вважає своєю моральною перевагою, від чого світиться самовпевненістю» [14, с. 132].

Розвіяти ці ресентиментні ілюзії хейтера практично неможливо. Саме в цьому моменті, хейтер проходить зворотній шлях від «сильного» до

«слабкого» ресентименту, який, зрештою, виснажує його душу та викривляє сприйняття об'єктивної дійсності. Те, що хейтер звертається до ресентименту, призводить до його руйнування як особистості (саморуйнування або саморесентименту). «Безсилля перед людьми» [15, с. 10], як говорив Ніцше, породжує безсилля перед самим собою. Ухвалення «неможливості змін» створює ґрунт для заміщення реальності примарною ілюзорністю соцмереж, де «можливо все», що втягує хейтера в коло агресивного руйнування, а точніше саморуйнування, від якого врятуватися може лише він сам, своїми власними зусиллями.

Висновки. Після зіставлення ніцшеанського філософського терміну ресентимент з сучасним феноменом хейтерства, автор доходить до висновку, що вони співпадають в основних своїх проявах (психологічному, соціальному, моральному, аксіологічному, онтологічному, феноменологічному тощо). Це дозволяє ідентифікувати функціональну роль ресентименту в поведінці хейтера та визначити основні детермінанти його мотивації: почуття неповноцінності, слабкість, образа, заздрість, які, зрештою, приводять людину до агресивного хейтингу в мережі. **Подальші дослідження** дозволять виробити ресентиментний підхід в розкритті сутності феномену хейтерства та особливостей його репрезентації на теренах сучасних соціальних мереж.

Література

1. Aeschbach S. Ressentiment – An Anatomy [Doctoral thesis. University of Geneva]. Archive Ouverte UNIGE, 2017. <https://doi.org/10.13097/archive-ouverte/unige:103621>
2. Бер Д. Привітайте своїх хейтерів. Харків : Фабула, 2019. 240 с.
3. Berger P.L., Kellner H. Sociology Reinterpreted : An Essay on Method and Vocation. New York : Anchor Books, 1981. 183 p.
4. Birns N. Ressentiment and Counter-Ressentiment : Nietzsche, Scheler, and the Reaction against Equality. *The Nietzsche Circle*. 2016. URL: <http://www.nietzschecircle.com/RessentimentMaster.pdf>
5. Bittner R. Ressentiment. Nietzsche, Genealogy, Morality. Essays on Nietzsche's On the «Genealogy of Morals» / Schacht R. (Ed). *Philosophical traditions*. № 5. Berkeley : University of California Press, 1994. P. 127-138.
6. Ciulla J.B. Leadership and the power of resentment/ressentiment. *Leadership*. 2020. Vol. 16. № 1. P. 25-38. <https://doi.org/10.1177/1742715019885772>
7. Deleuze G. Nietzsche and Philosophy / trans. Hugh Tomlinson. New York : Columbia University Press, 2006. 256 p.
8. Epstein J. Envy : The Seven Deadly Sins (New York Public Library Lectures in Humanities). Oxford : Oxford University Press, 2003. 144 p.
9. Hookway N. Living Authentic : «Being True to Yourself» as a Contemporary Moral Ideal. *M/C Journal*. 2015. Vol. 18. № 1. URL: <https://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/953>
10. Kaufmann W. Nietzsche : Philosopher, Psychologist, Antichrist. Princeton, New Jersey : Princeton University Press, 2013. 560 p.
11. Лютий Т. Культура принад і спротиву. Київ : Темпора, 2020. 576 с.
12. Malecki W., Kowal M., Dobrowolska M., Sorokowski P. Defining Online Hating and Online Haters. *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. P. 1-4. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.744614>
13. Moscovici S. L'ge des foules : un trait historique de psychologie des masses [compte-rendu]. *Population*. 1982. Vol. 37. № 4-5. P. 961-962.
14. Mulligan K. Le spectre de l'affect inversé et l'espace des motions. Paris : Editions de la Sorbonne, 1995. 286 p.
15. Nietzsche F. The Will to Power: An Attempted Transvaluation of All Values. Chicago, Illinois : Independently published, 2020. 393 p.
16. Sandel M.J. The tyranny of merit: What's Become of the Common Good? New York : Farrar, Straus & Giroux, 2020. 288 p.
17. Scardigno R., Mininni G. The Rhetoric Side of Fake News: A New Weapon for Anti-Politics? *World futures*. 2020. Vol. 76. № 2. P. 81-101. <https://doi.org/10.1080/02604027.2019.1703158>
18. Scheler M. Ressentiment. Das Ressentiment im Aufbau der Moralen. Trans. by Louis A. Coser. URL: <https://hscif.org/wp-content/uploads/2018/04/Max-Scheler-Ressentiment.pdf> (дата звернення квітень 2018).
19. Solomon R. True to our feelings. Oxford : University Press, 2007. 286 p.
20. Stopford J. The Skillful Self : Liberalism, Culture, and the Politics of Skill. Lanham : Lexington Books, 2009. 252 p.
21. Suler J.R. The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*. 2004. Vol. 7. № 3. P. 321-326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
22. Шаап С. Мстива отрута : Ріст невдоволення / пер. з нід. С. Святенко. Київ : Вид-во Жупанського, 2015. 224 с.

Анотація

Синельнікова М. В. Сучасне хейтерство як продукт ресентименту. – Стаття.

Сьогодні хейтери займають провідні позиції в соціальних мережах, що робить дослідження їх діяльності надзвичайно актуальним. В статті досліджується сучасне хейтерство крізь призму ніцшеанського вчення про ресентимент. Рушійною детермінантою для хейтерства виступає певний ланцюжок негативних почуттів: неповноцінності, образи, заздрості, агресії, хейту тощо. Цим діяльність хейтерів нагадує ніцшеанську модель розгортання ресентименту, який також виступає проявом заздрості, образи та нереалізованості людини, які вона прагне компенсувати за рахунок інших. З часом ці інші перетворюються для хейтерів, уражених почуттям ресентименту, на особистих «ворогів», яких можна цькувати, принижувати та переслідувати в мережі лише через те, що вони змогли втілити їхні нереалізовані прагнення та мрії.

Таким чином ресентимент перетворюється на один з ключових чинників формування сучасного хейтерства, яке стає сьогодні новою соціально-антропологічною матрицею, що задає тон мережевій поведінці та трансформує структуру людської свідомості. Адже постійне домінування у хейтера почуття ворожості, агресивності та ресентименту призводить, зрештою, до деградації його особистості. Хейтер, під впливом ресентименту, в мережі намагається бути не тим, ким він є насправді. А це надзвичайно руйнівна, точніше, саморуйнівна практика, до якої людина вдається шляхом створення цілої «павутини» омани чи, радше, самоомани. І все заради того, щоб в соцмережах виглядати більш успішною, презентабельнішою та щасливішою, ніж вона є насправді.

Намагаючись позбутися власної недосконалості та внутрішньої напруги, людина вдається до хейтерства. Хоча насправді вона лише посилює внутрішню тривогу та почуття ресентименту, які в подальшому призводять до ще більш потужного прояву хейтерської агресії в мережі. Таким чином хейтер потрапляє в залежність від почуття ресентименту, яке сам постійно «підживлює». Тому хейтерство, як і ресентимент, частіше за все виступає вибором слабких та скривджених людей, які не можуть досягнути бажаного в реальності, тому «скочуються» в примарні, ресентиментні ілюзії соцмереж. Позбутися цих ілюзій можливо лише через критичний самоаналіз, самопізнання та прийняття власної сутності. Тому єдине, що залишається хейтерові, який опинився під владою ресентименту, це бути вірним собі та своїй унікальності.

Ключові слова: хейтерство, ресентимент, Ніцше, задрість, соціальні мережі.

Summary

Sinelnikova M. V. Modern hating as a product of resentment as the basis of human self-identification in the network. – Article.

Today, haters occupy leading positions in social networks, which makes the study of their activities extremely relevant. The article examines modern hating through the lens of the Nietzschean doctrine

of resentment. A certain chain of negative feelings acts as a driving determinant for hating: inferiority, resentment, envy, aggression, hate, etc. In this way, the activities of haters resemble the Nietzschean model of the development of resentment, which also acts as a manifestation of envy, resentment and unfulfillment of a person, which he seeks to compensate at the expense of others. Over time, these others become personal «enemies» for resentful haters who can be bullied, humiliated, and harassed online simply because they were able to fulfill their unfulfilled aspirations and dreams.

In this way, resentment turns into one of the key factors in the formation of modern hating, which today becomes a new socio-anthropological matrix that sets the tone for network behavior and transforms the structure of human consciousness. After all, the constant dominance of a hater's sense of hostility, aggressiveness and resentment ultimately leads to the degradation of his personality. The hater, under the influence of resentment, tries not to be who he really is in the network. And this is an extremely destructive, or rather, self-destructive practice, which a person resorts to by creating a whole «web» of delusion or, rather, self-delusion. And all for the sake of looking more successful, presentable and happier in social networks than she really is.

Trying to get rid of his own imperfection and internal tension, a person resorts to hating. Although in fact, it only increases internal anxiety and feelings of resentment, which further lead to an even more powerful manifestation of hater's aggression in the network. In this way, the hater gets addicted to the feeling of resentment, which he constantly «feeds». Therefore, hating, like resentment, is most often the choice of weak and offended people who cannot achieve what they want in reality, so they «slip» into illusory, resentment illusions of social networks. Getting rid of these illusions is possible only through critical introspection, self-knowledge and acceptance of one's own essence. Therefore, the only thing left for a hater who finds himself under the power of resentment is to be true to himself and his uniqueness.

Key words: hating, resentment, Nietzsche, envy, social networks.