

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КАПИТАЛИЗМ КАК ПРОЕКТ ПОСТСОВРЕМЕННОСТИ

И. Ю. Тихонова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 апреля 2022 г.

Аннотация: в статье проведено исследование эмоционального капитализма как проекта по формированию человека в качестве эффективного потребителя товаров и услуг. Автор обращает внимание на причины формирования фиксированного на себе и своих эмоциях индивида, начиная с возникновения протестантизма. Кроме того, анализируются факторы, способствующие развитию эмоционального капитализма.

Ключевые слова: эмоциональный капитализм, сознательный капитализм, постсовременность, самоактуализация, нарративные практики.

Abstract: the article studies emotional capitalism as a project for the formation of a person as an effective consumer of goods and services. The author draws attention to the reasons for the formation of an individual fixed on himself and his emotions, starting with the emergence of Protestantism. In addition, the factors contributing to the development of emotional capitalism are analyzed.

Key words: emotional capitalism, conscious capitalism, postmodernity, self-actualization, narrative practices.

Говоря о постиндустриальном обществе, уже привычным стало использование таких понятий, как «общество потребления», «общество впечатления», «общество переживания» и пр., которые свидетельствуют о масштабном проникновении эмоций в сферу экономических отношений. Этот процесс становится предметом анализа в многочисленных западных и отечественных исследованиях, в рамках которых с легкой руки Евы Иллоуз утверждается термин «эмоциональный капитализм», введенный ею в работе «Холодная близость: становление эмоционального капитализма» (2007) [1].

В рамках данной статьи мы не ставим целью выявить характеристики эмоционального капитализма и отразить суть последнего – этому посвящено много работ, и повторение излишне. Но мы выделим причины развития эмоционального капитализма и обоснуем его «необходимость» для постиндустриального общества. Необходимо ли современности акцентировать внимание на эмоциональной составляющей индивида, что это дает экономике и обществу в целом, почему формирование чувствительного, ищущего себя субъекта становится проектом XXI в.?

Поскольку сам термин был введен Е. Иллоуз, то и в определении данного феномена следует сослаться на ее высказывание: «Эмоциональный капитализм – это культура, в которой эмоциональные и экономические дискурсы и практики взаимно формируют друг друга..., а аффект ста-

новится важным аспектом экономического поведения» [ibid.]. Одной из ключевых причин, по которой экономика переориентируется на эмоциональную жизнь, а индивиды на потребление чувств, и появляется новый тип человека *Homo sentimental*, является распространение протестантизма в западных странах. М. Вебер отмечает тот факт, что деятельность человека получает статус «призвания», развивать которое он обязан как честный христианин [2]. То есть работа, а также мирское существование становятся приоритетными, человек устремляет взор на свое профессиональное мастерство, воспринимая его уже не только как тяжкий труд, по завершению которого он предается молитве, но и как дело жизни, мирскую аскезу. Именно такой взгляд позволяет индивидам углубиться в развитие своих профессиональных компетенций, в которых немаловажную роль играют умение общаться с коллегами и клиентами, способность качественно продавать свои услуги.

Тот же мотив придания ценности своему предназначению мы находим в речи Дж. Уинтропа, взывающего к первым переселенцам, мечтающим основать «Новый Иерусалим» на североамериканских землях: «Никто не может стать более почетным, чем другие люди, или богаче их, сам по себе и ради себя, но лишь для славы Творца своего и общего блага людей и всех тварей. Таким образом, Бог по-прежнему сохраняет за Собой собственность на эти дары, ибо Он говорит, что все богатство, все золото и серебро принадлежит Ему (Иез.16.17), и служение Ему нашим имуществом Он принимает как должное: “чти Господа от богатства своего”» [3].

Нельзя забывать и еще об одном важном моменте, связанном с протестантизмом, – об усилении ощущения одиночества верующих людей в отказе от традиционного для христианства культа и института церкви. Человек предстает один на один перед Богом, отказываясь от утративших свою ценность механизмов опосредования, что требует от него нового образа мышления, предельной ответственности перед Богом, необходимость самому себе прояснить многие вопросы, касающиеся богоизбранности и предопределенности.

Как следствие, усиление фиксации на собственном Я, стремление к выполнению своих мирских обязанностей ради осуществления собственного предназначения приводят к стремлению прояснить для себя свои собственные ценности, привести жизни в соответствие с ними.

Большое влияние на формирование экономики эмоций также оказали открытия З. Фрейда и его последователей. Психологизация человека, акцент на потребностях личности и факторах, мешающих развитию человеческого Я, в конечном счете, вылились в учение А. Маслоу о самоактуализации. Поставив на вершине пирамиды человеческих потребностей потребность в самоактуализации и самовыражении, Маслоу указал на основную причину, мешающую реализации этих потребностей, – комплекс Ионы, в основе которого лежит страх величия и возможности потерять над собой контроль. То есть для каждого человека характерна амбивалентность в отношении к собственному успеху: «страх и бла-

говоение перед высшими достижениями» [4]. И именно с этим страхом и должен бороться человек, преодолевать его и другие препятствия на пути к достижению своих целей. Самоактуализирующаяся личность выглядит в исследованиях Маслоу как идеал человека, ей прощается всё, что мешает саморазвитию. Например, несовершенства людей Маслоу описывает так: «Иногда их поступки могут показаться окружающим жестокими. Но мы не должны забывать, что мы имеем дело с очень сильными людьми. Эти люди не только сильны, но и независимы от мнения окружающих. Погружаясь в какую-то проблему, предельно концентрируясь на ней, они могут просто забыть о своих близких, об их нуждах, заботах и тревогах. В такие минуты для них не существует ничего, кроме их дела, все остальное становится несущественным» [там же]. Но всё это не идет ни в какое сравнение с возможностью человека превзойти самого себя. Именно поэтому развитие своих навыков постепенно начинает восприниматься как неотъемлемое право человека, как притязание любой здоровой личности.

Интересно в данной связи исследование отношения к чувствам в различных исторических контекстах, проведенное К. Юханнисон в работе «История меланхолии». Говоря о некорректности анализа чувств и отношения к ним человека вне времени, К. Юханнисон пишет о специфическом отношении к чувствам в постсовременном обществе, трансформировавшемся под влиянием социальных и технологических перемен, многочисленных рисков и увеличившегося темпа жизни. По ее мнению, для постсовременного социального пространства характерны непомерные требования индивида к самому себе, к собственным возможностям адаптации к изменяющимся условиям. А потому, с одной стороны, современный человек «должен быть нервным». «Человеку, который что-то собой представляет, следует быть нервным», – пишет исследовательница [5, с. 199], ссылаясь на перенапряжение, нагрузки, конкуренцию, с которыми мы непрерывно сталкиваемся. Но постепенно нервозность утрачивает свою прежнюю элитарность. В постсовременном обществе слабости воспринимаются как недостаток, с которым личность обязана бороться. Плохая приспособляемость к условиям, отсутствие возможностей для самореализации, замыкание на достигнутом – есть свидетельство неумения человека ставить цели, добиваться их и непрерывно развиваться. Именно поэтому негативные эмоции изгоняются из повседневности как непродуктивные, уступая место необходимости быть постоянно оптимизированным для решения жизненных задач, ощущать себя включенным в собственную активную жизнь.

Кроме того, вовлечение человека в сферу постоянной занятости и появление такой категории, как профессиональная компетентность, с необходимостью предполагают придание эмоциональности рабочим отношениям. Повышение по карьерной лестнице неизменно сопровождается всё большим включением работы в жизнь человека за счет постоянного повышения своего профессионализма, неизбежно связанного с возможностью устанавливать доверительные отношения с сотрудниками, ста-

вить вопросы о смысле жизни в контексте профессионального развития, способствовать процветанию как собственного бизнеса, так и всего общества. Понятие эмоционального, или аффективного, труда всё более упрощается в нашей социальной жизни. Профессиональная деятельность человека направляется не только на создание того или иного продукта, но, в-первую очередь, на формирование эмоционального контекста, в котором существует этот продукт, и на стимулирование чувств, которые позволят наибольшему числу потребителей его приобрести.

Таким образом, постепенно складывается эмоциональный капитализм именно как проект по переустройству человека в качестве эффективного потребителя.

Действительно, капиталистическое общество формирует такие условия существования и деятельности, в которых индивид с необходимостью вынужден задумываться о себе, о своих чувствах и переживаниях. Более того, современный капитализм (Дж. Макки и Р. Сисодиа называют его «сознательным капитализмом» [6]) воссоздает «субъекта – марионетку», предоставляя ему свободу в выборе себя, которая оборачивается зависимостью от новых общественных норм, требующих от индивида полной самоотдачи, постоянного роста и соответствия логике рынка.

Интересно в этой связи проследить, как распад социальной солидарности, базирующейся на общих смыслах, единых приоритетах и ценностях, оборачивается на благо экономической системы. Постсовременная общественная мораль отдаёт приоритет качествам, традиционно осуждаемым, таким как эгоизм, индивидуализм, презрение к коллективным ценностям. Сегодня все нормы, которыми руководствуется успешный человек, связаны с ориентацией на собственные предпочтения и собственную эффективность, на ценность всего того, что обусловлено моей целью или способствует ее достижению. Именно это позволяет одерживать человеку победу в конкурентной борьбе. Однако связь между людьми разрушается. Другой продолжает быть для меня интересным лишь до тех пор, пока способствует моему развитию и процветанию. Кроме того, индивиды, наделенные общими потребностями, стандартизированными установками, продаваемыми на рынке эмоций, становятся друг для друга неинтересными, что лишней раз препятствует их объединению. «Удаленность возникает не потому, что у людей нет ничего общего, а потому, что вещи, которые у них есть, стали слишком распространенными..., люди теперь используют общий и высокостандартизированный язык. Близость же проистекает из специфики и исключительности, присущих двум сущностям» [1], – пишет Е. Иллоуз. Таким образом, еще отчетливее становится образ человека как марионетки: эмоциональный капитализм обращается к самым интимным сторонам человеческого существования, учит видеть и понимать свое Я, осмысливать травмы и бороться с комплексами. По сути, в постсовременности мы получаем путеводитель по собственному внутреннему миру с подробным указанием проблем и способов их решения, но все эти механизмы еще более отдаляют людей друг от друга. Стандартизируя комплексы, давая наименования скры-

тым и неявным переживаниям, эмоциональный капитализм разобщает и без того одиноких людей, которые еще больше становятся зависимыми от потребления эмоций.

Как создается эффективный потребитель в условиях эмоционального капитализма? В первую очередь, человек проблематизируется. В условиях распавшихся социальных связей и нарастающей индивидуализации проблематизация не вызывает сложностей. Информационное пространство задает для субъекта определенные параметры, в соответствии с которыми он должен постоянно ставить вопросы о преградах, появляющихся на пути к развитию собственного Я. Интересно, что, если Р. Мертон и П. Штомпка писали об аномии как объективном следствии развития общества, то в условиях эмоционального капитализма аномия искусственно воссоздается для того, чтобы человек, ощущая себя оторванным от других, одиноким и замкнутым в своих проблемах, мог избавиться от них через приобретение определенных товаров и услуг. Марафоны, курсы, обучающие личностному росту и развитию, требуют не удовлетворенного индивида, но жаждущего успеха.

Кроме того, категория счастья получает в современном обществе статус нормы. Человек обязан чувствовать себя счастливым и делать всё возможное для этого. Многочисленные сценарии существования из статуса возможных переходят в статус обязательных, что налагает определенные требования к их реализации. Если прежде человек мог быть некрасивым, но умным, большим, но добрым, достигшим высот в карьере, но одиноким, то теперь все эти линии возможных траекторий существования выстраиваются в одну. Более того, не проявив себя должным образом хотя бы на одной стезе, человек ощущает стыд, многократно усиленный информационным пространством, насыщенным призывами «раскрыть себя», «не использовать отговорки», «перестать плыть по течению», «наконец, взять себя в руки» и т. п. Этот стыд инициирован обществом, провозглашающим неперемное гармоничное развитие. Интересно, что способы борьбы с виной и стыдом за неудачи человеку также предлагает (продает) общество. Е. Иллоуз говорит о «патологизации повседневности» [1], которую осуществляет капитализм. Повсеместно распространяются идеи о возможных виновниках человеческих неудач. Мы ищем причины в детстве, в насилии со стороны родителей, школы и других значимых персон. Мы осуществляем «терапевтические нарративы» [ibid.] (термин Е. Иллоуз), рассказывая об этих эпизодах в постах в социальных сетях или на приеме у психотерапевта. Но мы не каемся в своих грехах и не берем на себя ответственность за причины неудач, мы избавляем себя от чужой вины. Чем сложнее проблема, тем выгоднее процедуры перекладывания ответственности на других. Именно такова основная функция нарративов, через которые мы объективируем свое прошлое, находим источник вины и «прорабатываем» его, выводя на арену повседневности весьма поверхностные притязания, нивелируя при этом более глубокие экзистенциальные проблемы и противоречия.

Такие «психотерапевтические практики» очень точно отражают еще одну особенность эмоционального капитализма, заключающуюся в отсутствии помех процессу потребления. Если заставить человека взять на себя неподъемный груз ответственности за собственное несовершенство, загнать его в глубокие размышления о мире и самом себе, он может «выпасть» из сети обмена/потребления. Поэтому заставляя его переживать и стыдиться, капитализм дает индивиду четкие схемы выхода из любых затруднительных ситуаций, показывая, что отсутствие перспектив в жизни преодолимо через покупку марафона, неудачи в построении семейных отношений решаются через подписку к психологическому каналу и т. д. Человеческое Я должно оставаться в статусе проекта, но проекта, успешно сопровождаемого доступными в обществе товарами и услугами.

Что касается счастья, то это настолько размытая категория, что в поисках ответа на вопрос «счастлив я?» неуверенному человеку приходится обращаться к другим. В этом обращении проявляется еще один важный момент, касающийся эмоционального капитализма, а именно – необходимость в постоянном оценивании себя со стороны других. Казалось бы, странно, эпоха индивидуализма сужает круг значимых для человека лиц, расцветает нарциссизм и имманентизм (зависимость человека только от самого себя, от своих намерений и возможностей в формировании себя как субъекта). Но мы всё больше испытываем необходимость во взгляде со стороны. Более того, человек перестает адекватно оценивать себя и понимать. Ему необходимо, чтобы кто-то Другой конкретизировал его намерения, опредметил его желания и описал его эмоции. В отсутствие значимого Другого и крепкой связи с сообществом человек превращается для себя в объект, пытаясь интерпретировать свои собственные эмоции. Именно поэтому так популярны становятся рассказы о себе и своих переживаниях. Человек объективирует свои эмоции и потом препарировывает их сам и предлагает проанализировать другим. Здесь мы видим, как, достигнув, внешнего освобождения в процессе индивидуализации, субъект заново выходит за собственные границы к Другим. Это необходимо, поскольку, утратив прежние критерии для оценивания своих действий в процессе десоциализации, внутри себя он тоже не всегда может найти источник оправдания своих поступков и основания для легитимации. Он всё время не уверен в правильности своих поступков и вынужден обращаться за помощью к Другим. Так формируется «культура оценивания» [7], и мы наблюдаем постоянный процесс формирования компетенций, экспертиз, аттестаций и проверок для установления качества субъектов и их деятельности.

Интересна точка зрения Д. Канемана, который сами эмоции считает очень быстротечным товаром, а потому предлагает задуматься о том, как их продлить. По его мнению, мы должны ориентироваться не столько на непосредственные ощущения, сколько на способы их фиксации. «Вспоминающее Я более эмоционально, чем ощущающее» [8], – пишет он, предлагая читателям ответить на вопрос, а согласны ли они провести прекрасный отпуск, о котором не останется ни фото, ни видеоотчета, ни

даже собственных воспоминаний. Канеман уверен, что большинство откажется от ощущений, о которых нельзя будет вспомнить по прошествии времени. Его правота подтверждается практикой: человек XXI в. любое событие стремится зафиксировать. Он его не столько проживает, сколько фиксирует для последующего восприятия. Сотни людей давно смотрят на мир через призму объективов фотокамер и смартфонов, демонстрируя невозможность непосредственного переживания.

Таким образом, капитализм создает целую индустрию, направленную на изменение человека и его внутреннего мира. Общество убеждает человека в его неоспоримых достоинствах и предлагает ему пути совершенствования: индустрия красоты, советов, коучинговые проекты, претендующие на постановку долгосрочных целей существования и профессиональных достижений. «Культ человека для себя» [9] распространяется в нашей культуре и делает общедоступными прежде «элитарные» идеи об избранности, превосходстве, красоте и чувствительности, помогая человеку разобраться в себе, собственных потребностях, а главное – в той массе товаров и услуг, который порождается эмоциональным капитализмом.

Литература

1. Illouz. E. Cold Intimacies. The Making of Emotional Capitalism / E. Illouz. – London : Polity Press, 2007. – 134 p.
2. Вебер М. Избранное. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер. – М. ; СПб. : Центр гуманист. инициатив, 2017. – 656 с.
3. Уинтроп Дж. Образ христианского милосердия / Дж. Уинтроп. – URL: http://winthropsociety.com/doc_charity.php
4. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Питер, 2019. – 400 с.
5. Юханнисон К. История меланхолии. О страхе, скуке и печали в прежние времена и теперь / К. Юханнисон. – М. : Нов. лит. обозрение, 2011. – 320 с.
6. Макки Дж. Сознательный капитализм. Компании, которые приносят пользу клиентам, сотрудникам и обществу / Дж. Макки, Р. Сисодиа. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 336 с.
7. Гребер Д. Утопия правил : о технологиях, глупости и тайном обаянии бюрократии / Д. Гребер. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2016. – 224 с.
8. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. – AST Publishers, 2014. – 315 с.
9. Бауман З. Ретротопия / З. Бауман. – М. : ВЦИОМ, 2019. – 160 с.

Воронежский государственный университет

Тихонова И. Ю., кандидат философских наук, доцент кафедры онтологии и теории познания

E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru

Voronezh State University

Tikhonova I. Yu., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Ontology and Theory of Knowledge Department

E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru