

УДК 172.15

ВЛИЯНИЕ ФЕНОМЕНА «ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КАПИТАЛИЗМА» НА ФОРМИРОВАНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО СОБЫТИЯ

В. Ю. Бутко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 января 2025 г.

Аннотация: статья посвящена анализу влияния эмоционального капитализма на историю. Рассматриваются такие проблемы, как интерпретация человеком истории и своей жизни, проявление реального и вымышленного в жизни человека. Анализируется, с помощью чего человек может стать брендом и каким образом это влияет на историю.

Ключевые слова: эмоциональный капитализм, историческое событие, бренд, личность, забвение.

Abstract: the article is devoted to the analysis of the influence of emotional capitalism on history. Such problems as a person's interpretation of history and his life, the manifestation of the real and fictional in a person's life are considered. It analyzes how a person can become a brand and how this affects the story.

Key words: emotional capitalism, historical event, brand, personality, oblivion.

Сегодня человек привык жить в комфортных условиях. Для реализации такого образа жизни необходимо избегать различных стрессов, которые преследуют его везде. Для того чтобы стресс не оказывал неблагоприятного влияния на человека, культура модифицировала тренд на «культ человека для себя» З. Баумана.

Этот культ формируется с помощью феномена «эмоциональный капитализм». В данной статье будет рассматриваться психологическая составляющая этого феномена, а также то, каким образом он влияет на прошлое, настоящее и будущее. Этот феномен можно отнести к массовому явлению, распространенному среди абсолютного большинства.

В тот момент, когда разговор касается чего-то массового, на первый план выходит разделение культуры на элитарную и массовую. Для последней характерно повсеместное распространение в виде коллективных зрелищ, массовых собраний. При этом современная народная масса формируется из индивидов, каждый из которых добровольно вступает в объединение, преследуя свои личные цели. Одним из мотивов вступления в группу-массу можно обозначить эмоциональную составляющую.

Именно эмоционально стабильный фон мотивирует человека обращать свое внимание на разные

действия. При этом абсолютно не обязательно, чтобы эмоциональный фон был спокойным, напротив, он может быть наполнен различными эмоциями, которых человеку может не хватать в реальности.

Если добавить к этому стремление массовой культуры к постоянному тиражированию и рекламированию своих действий, можно обратить внимание на то, что фокус смещается с материального на эмоциональное. На это оказывает влияние экономическая составляющая. Если раньше важна была творческая составляющая – оригинальность продукта, – то сегодня самым популярным считается самое растратное.

Для того чтобы продукт был успешен, его необходимо грамотно представить публике, сделав так, чтобы человек не понимал, самостоятельно ли он выбирает товар или услугу или это навязано ему извне. В случае если человек начнет задаваться вопросами относительно необходимости того или иного товара или услуги, капитализм включает рычаг давления на человека в виде иллюзии индивидуального предложения.

Эмоциональный капитализм проникает в те сферы жизни, о которых раньше невозможно было подумать. В результате человек становится исполнителем воли эмоционального капитализма на материальном и ду-

ховном уровнях жизни. А это приводит к обеднению эмоционального фона человека. «Сегодня мы можем обнаружить утраты или образовавшиеся изъяны в человеческой способности чувствовать. Проявляются эти утраты в самых различных формах: бесчувственность, не-чувствительность современного человека, его чуждость тому полифоническому “запасу” человеческих чувств, который выработан и сохранен для современников всей мировой культурой и искусством. Возможно, самая большая из утрат – потеря чувства живой жизни в целом, ощущения живого настоящего в частности. Случаются эти утраты по самым разным причинам, начиная от невозможности почувствовать себя в мире действующим лицом (кризис субъективности) и заканчивая скукой, поселяющейся в душах людей, участвующих в бешеной гонке за удовлетворением всех своих желаний, пресыщенных развлечениями и наслаждениями. Вряд ли всю сложность этой кризисной ситуации можно объяснить исходя из чистого негатива, определяя современного человека как массового потребителя» [1, с. 188–189].

Достаточно много работы в процессе формирования эмоционального капитализма взяли на себя СМИ, которые довели психологическое состояние человека до примитивного и «одномерного». Для того чтобы бороться с этим состоянием и быть лучше, чем кажется, человек начинает «работать над собой», т. е. искать сферы реализации своего потенциала, наполнять свою жизнь более значимыми яркими эмоциями. В этот момент происходит «культурный отклик», который предоставляет человеку возможности заполнить пустоту и «одномерность».

Изучить подобный механизм важно для экономики, потому что с его помощью можно формировать приоритетные направления и механизмы продвижения товаров и услуг. При этом сам человек оказывается втянут в некое подобие ритуала, в результате которого он приобретает не только вещь/услугу, но и те самые эмоции, без которых он якобы не сможет реализовать себя как личность. При этом обязательной частью покупки становится публичная демонстрация того, чем удалось завладеть или участником чего стать. В противном случае общество не поверит в то, что человек стал обладателем чего-то необычного.

В итоге человек оказывается в состоянии «обладать» или «иметь» вместо «быть». И это приводит к «ненормальной потребности выставить себя напоказ» и «компенсации мучительного осознания собственной ненужности» [2, с. 185]. У человека, например, появляется возможность посетить историческое событие – музыкальный фестиваль. Он не является фанатом представленных на нтм групп, но само появление на фестивале может вызвать большое количество откликов в сети. Поэтому человеку просто необходимо попасть на фестиваль и сделать большое

количество фото- и видеодоказательств в подтверждение этого факта.

Такая грамотная манипуляция вынуждает человека думать, что это именно его желание, и, если его не реализовать, то он не будет уникальным человеком, отличающимся от остальных. Он сливается с товаром/услугой, становится с ними единым целым.

Идея эмоционального капитализма имеет свои корни в истории философии. Несмотря на то что популярность она обретает сегодня, ее истоки можно обнаружить в идее отчуждения, формирующейся еще с античных времен. Так, человек, рожденный в определенном социуме, будет отчужден от него. Потому что индивидуальные и общественные идеи не всегда совпадают. В таком случае человеку необходимо что-то делать. Он обращается к труду, который также становится отчуждающим элементом. В итоге человек остается один на один с собой.

При этом общество постоянно подвержено различным рискам, которые диктуют человеку правила поведения и не всегда совпадают с его моральным стержнем. Например, в XVIII в., согласно К. Юханнссону, произошло формирование социального человека, которое совпало с активизацией общественных процессов [3, с. 102]. На это оказала влияние философия Джона Локка, выведшего термин «сенситивность», под которым философ понимал стремление подражать другим людям и одновременно с этим оказывать влияние на них через процесс коммуникации.

Люди взаимодействовали друг с другом, копировали жесты старой аристократии, для того чтобы казаться похожими на них и быть ими принятыми. Среди элиты было распространено публичное сострадание другому. Для того чтобы быть принятым обществом, необходимо научиться сопереживать. Это помогало укрепить социальные взаимосвязи.

Постепенно переживание эмоций перешло из достижения катарсиса к манипулированию. Общество постоянно испытывает те или иные эмоции. Однако самые крепкие эмоциональные связи возникают у человека с прошлым. Проще управлять тем, что тяжелее удастся контролировать. Если само по себе событие в прошлом исправить нельзя, то можно исправить ситуацию вокруг него в настоящем. При этом возникает интересная особенность – эмоциональное состояние корректировать намного сложнее, чем материальные причинно-следственные связи.

Чувства человека остаются с ним на долгие годы и запоминаются практически без изменений. В качестве примера можно предположить неприятную ситуацию вроде пожара, в результате которого семья теряет дом и все вещи. Материальную часть (дом, вещи, документы) всегда можно восстановить, но чувства, которые испытали люди, не изменить, их можно лишь попытаться скорректировать с помощью психологов.

В этот момент эмоциональный капитализм включает свои рычаги давления. Человек, испытавший в прошлом столь яркие негативные эмоции, не захочет их повторять. Поэтому он начнет разными способами избегать повторной реализации случившегося, анализировать произошедшее и сопоставлять с тем положением дел, которое есть сейчас. Одним из рычагов давления можно выделить накопительство как вещественных ценностей, так и моральных. В таком случае эмоциональный капитализм предлагает человеку покупать всё больше вещей, для того чтобы их не жалко было терять.

В процессе приобретения вещественных ценностей человек осознает, что ему необходимо нечто большее. Так, он начинает обращать свое внимание на формирование правильного психологического образа с помощью разных курсов. Для психологически незрелой личности такие практики могут обернуться стремлением коренным образом изменить свое Я, подстроить его под общепринятые нормы и существовать в соответствии с согласием общества. Если большинство одобряет твою деятельность, то ты являешься его частью и можешь быть принят в него. В противном случае тебя исключают из него и ты потеряешь себя полностью, потому что не можешь жить без одобрения других людей. На практике ситуация усугубляется тем, что человек становится паразитом, который использует людей в своих целях. Допустим, есть куратор курса по повышению самооценки, он есть до тех пор, пока есть его клиенты. С их помощью он реализует себя в качестве куратора. Как только клиенты пропадают, он перестает быть тем, кем хотел быть. Обратная ситуация происходит и с клиентами: когда они получают то, что хотели (повышение самооценки), они теряют интерес к куратору и разрывают любое взаимодействие с ним.

В таком случае человек стоит перед выбором: либо ему сконцентрировать внимание на небольшом количестве людей и быть значимым для них, либо ему необходимо работать с большой аудиторией и не быть с ними в эмоциональном родстве. Если человек хочет стать частью значимого общественного исторического события, он должен быть интересен и важен, о нем должны говорить, его действия должны разбирать под определенными углами.

Здесь важным фактором выступает общественная повестка, которая говорит о том, что сегодня актуально. Однако она приводит к субъективации истории, потому что на первый план выдвигаются отдельные личности, которые оставляют за собой других важных персон. Эмоциональный капитализм привлекает рекламу, использует постоянные скандалы и формирует общественный интерес. До недавнего времени были популярны недо-врачи – люди, не имеющие медицинского образования, но стремящиеся лечить людей через

разные сомнительные каналы связи в интернете. При этом деятельность науки в целом и медицины в частности оставалась в тени и была подвергнута сомнениям и недоверию со стороны общества, потому что казалась непопулярной, сложной и специфической.

Казалось бы, с появлением социальных сетей наша жизнь стала более наполненной различными событиями, которые теперь очень сложно скрыть от общественности. В последние годы всё большую популярность набирают виртуальные петиции, онлайн-митинги и публикации постов с определенными хэштегами. Даже молчание в сети сегодня рассматривается в качестве активного участия в истории. Социальные сети формируют в человеке постоянную включенность в события, хочет он того или нет.

Люди с помощью социальных сетей стали косвенными участниками исторических событий. При этом им всё сложнее рассказать свою версию истории, потому что человек является социальным существом, которое не может жить отдельно от общества. Свою личную историю человек рассказывает с опорой на массовые сведения. Это приводит к тому, что человек постоянно соотносит свои действия с действиями других людей, его волнует, что о нем подумают, каким действиям придадут какое значение, и поэтому он будет создавать свою историю не просто субъективно, а сверхсубъективно, пытаясь выставить свои действия самым наилучшим образом. Ему необходимо соответствовать заявленной повестке дня – казаться лучшей версией себя.

Такая ситуация формирует человека везде и нигде одновременно. В итоге человек оказывается отчужден от события, хотя является его главным героем. Одним из примеров такого отчуждения является фиксация воспоминаний с последующим не-возвратом к ним. Человек не проживает моменты, а коллекционирует их, при этом существуя в стороне от них. Он становится простым пользователем мира, но не его активным жителем. Он находится в стадии «казаться» живущим, а не «жить».

Такой подход к жизни сформировал «Мистера одной порции» [2, с. 140], который существует в коллективе, но по сути своей – одинок. Его мир представлен миром брендов, ярких этикеток, которые делают его личностью. Его настоящая природа и его истинные желания теряются в этом шуме.

Эмоциональный капитализм делает так, чтобы человек выбирал бренд, исходя из той философии, которая ему ближе. Бренд предлагает определенную концепцию, которая нравится человеку и которой он готов придерживаться. На практике же человек отчуждается от других людей и склоняется к потребительскому отношению к миру. Поскольку он становится потребителем, происходит обезличивание окружающего мира и теряется его актуальность. При

этом внутренний мир человека становится публичным пространством. Он «самым тесным образом связан с комплексом технологий, аппаратов и моделей решения задач, управляющим функционированием глобализованного мира» [4, с. 148].

Поскольку человек становится открытой книгой для другого, он может стать самостоятельным брендом, который будет оказывать влияние на других людей с помощью повествования своей собственной версии событий. Это приводит к тому, что каждый человек становится творцом собственной версии прошлого.

Наилучшим способом интерпретации прошлого и одновременно с этим фиксации своего Я эмоциональный капитализм предлагает набирающую популярность исповедальную речь. В основном, люди извиняются за свои действия/ бездействия во время каких-то исторических событий. «В исповеди лишь высказывание, вне зависимости от своих последствий вовне, производит в том, кто его произносит, внутренние изменения: делает его невинным, дает отпущение, очищает, снимает с него вину, освобождает, обещает спасение» [5, с. 57]. Вместе с тем сама ценность исповеди подвергается пересмотру, потому что, как писала Ева Иллуз, «...одновременно с триумфом самодостаточного индивидуализма, расплывающегося и захватывающего всё на своем пути, как никогда остро проявилась потребность выражать и демонстрировать собственные страдания по самому разному поводу – в группах поддержки, ток-шоу, на сеансах психотерапии, в залах суда и, наконец, в личных отношениях» [6, р. 95].

Исповедальная речь и следующая за ней собственная интерпретация прошлого приводят к еще одной проблеме, которую высказал Виктор Майер-Шёнбергер, обозначив ее в качестве «утраты жизненно важной способности к забвению» [7]. Ее суть заключается в том, что раньше люди взаимодействовали с помощью коммуникации, которая передавалась только «из уст в уста». В то время как развитие технологий способствовало сохранению в истории материальных носителей памяти о людях – книг. На сегодняшний день все люди оставляют следы в интернете. Любое действие, комментарий, местоположение – всё это хранится на серверах долгие годы и способно формировать мнение о нас. Это, в свою очередь, приводит к тому, что человек не умирает даже после смерти.

Если человек начинает каяться в том, что он не мог физически исправить в силу того, что событие было в прошлом, задолго до его рождения, то это приводит к

реконструкции истории непредсказуемым образом и, более того, ставит под угрозу взаимоотношения предков-потомков. Потому что человек должен нести ответственность за то, что делает в своей эпохе и, понимая это, не портить будущее других поколений. А если он смотрит в прошлое, в котором можно изменить лишь следствия и не делает выводов, то в таком случае он разрушает будущее последующих поколений.

Итак, можно сделать следующие выводы. Во-первых, эмоциональный капитализм плотно вошел в нашу жизнь и для борьбы с ним необходимо осознание собственных проблем. Во-вторых, у каждого человека есть такие проблемы, которые вынуждают его обращаться за помощью к эмоциональному капитализму. Однако зрелая личность, воспользовавшись его функциями, останется при своем мнении, а личность незрелая будет стремиться поглотить всё больше его аспектов. В-третьих, такой подход приведет к потребительскому отношению к миру, что, в свою очередь, приведет к ложному ощущению человека творцом истории. А это повлечет за собой четвертый пункт – множество интерпретаций действительности и утрату забвения. Что в итоге приведет к реанимации прошлого вместо создания будущего.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шатунова Т. М. Событие чувства как феномен современности // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Т. 152, № 1. С. 188–198.
2. Дебор Г. Общество спектакля. М. : Опустошитель, 2020. 280 с.
3. Юханнисон Карин. История меланхолии. О страхе, скуке и печали в прежние времена и теперь / пер. со швед. И. Матычиной. М. : Нов. лит. обозрение, 2011. 320 с. (Культура повседневности.)
4. Бариле Н. Брендинг «я» в эпоху эмоционального капитализма. Эксплуатация «просьюмеров» от риторики double-bind к гегемонии исповеди // Логос. 2015. Т. 25, № 3. С. 138–159.
5. Foucault M. La volonté di sapere. Storia della sessualità (Milano : Feltrinelli, 1976) = Фуко М. Воля к истине : по ту сторону знания, власти и сексуальности / пер. с фр., комм. и послесл. С. Табачниковой. М. : Касталь, 1996. 448 с.
6. Illouz E. Intimità fredde, Bologna, Il Mulino, 2006. 146 p.
7. Mayer-Schönberger V. Delete : The Virtue of Forgetting in the Digital Age. Princeton, NJ : Princeton University Press, 2009. 264 p.

Воронежский государственный университет

Бутко В. Ю., преподаватель кафедры онтологии и теории познания

E-mail: laptieva.v@bk.ru

Voronezh State University

Butko V. Yu., Lecturer of the Ontology and Theory of Knowledge Department

E-mail: laptieva.v@bk.ru