

ЭМОЦИИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ МЕХАНИЗМ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ПОВСЕДНЕВНЫХ ИНТЕРАКЦИЙ

ТАТЬЯНА БУРАК

Аннотация: Эмоции рассматриваются с точки зрения их влияния на формирование повседневных действий и социального порядка. Обосновывается необходимость интегрирования эмоционального измерения в социологическое теоретическое объяснение. Современные социологические теории эмоций представлены в виде двух групп, первая из которых характеризуется стремлением анализировать индивидуальные эмоциональные состояния и их влияние на последующие действия и взаимодействия, а вторая исследует механизмы влияния коллективных эмоций на социальную структуру.

Ключевые слова: эмоции, эмоционально структурированное взаимодействие, управление эмоциями, индивидуальный и коллективный уровень проявления эмоций.

EMOTIONS AS A SOCIOCULTURAL MECHANISM OF STRUCTURING OF DAILY INTERACTION

Abstract: The article considers emotions in terms of their influence on the formation of daily life and social order. It justifies the necessity of integration of the emotional dimension into the sociological theoretical explanation. Modern sociological theories of emotions are presented in two groups: the first analyses individual emotional states and their influence on subsequent action and interaction, while the second studies how collective emotions influence the social structure.

Keywords: Emotions, Emotionally Structured Interaction, Managing Emotions, Individual and Collective Level, Expressions of Emotion.

Разнообразные формы обыденных взаимодействий, включающие предметные, событийные и поведенческие аспекты, имеют эмоциональную окраску. В повседневной жизни не только вербальные, но и невербальные знаки выступают в качестве коммуникативных маркеров и символов, эмоциональное включение в ситуацию свидетельствует о фрейме взаимодействия, о статусе, намерениях и целях его участников. В «интеракциях лицом-к-лицу» эмоции поддерживают целостность и убедительность презентации, именно поэтому их участники вынуждены перманентно осуществлять контроль над собственными эмоциональными проявлениями. Даже реклама часто обращается к чувствам потенциальной аудитории, например, посредством эмоционально окрашенных названий своей продукции или с помощью семантически произведенных чувственных ассоциаций рекламного текста (Scherke, 2009). Эти и многие другие примеры иллюстрируют включение эмоций в поле повседневности и позволяют утверждать, что эмоции производят непрерывность социальной жизни и образуют своеобразный «беспорядочный порядок» (Маффесоли, 1991). В этой связи объяснение социальных процессов и поведения следует также искать и в их эмоциональной составляющей, а именно в «эмоционально структурированном действии».

Эмоции как социокультурный феномен и часть коммуникаций стали предметом внимания социологов, начиная с XIX века. И если одни теории (О. Конта, Э. Дюркгейма) рассматривали эмоциональные реакции с точки зрения их значения в сохранении социального целого и солидарности, то другие (Г. Зиммель и М. Вебер) обращали внимание на тенденцию развития «эмоционально бедного» общества с характерным для него возрастающим значением рациональности. Парадоксально, что эмоции, которые вопреки акценту на постепенной рационализации всех сфер жизни, находили упоминание о себе в социологических текстах в начале XX столетия, а затем необъяснимо исчезли из социологического дискурса. Современная социология эмоций, становление которой произошло в 1970-е годы, а институционализация – в 1990-е годы, начинает рассматривать эмоции уже как структурирующий фактор индивидуального и коллективного поведения, интерпретируя эмоциональные реакции в контексте культурных и когнитивных процессов управления репрезентациями, чтобы через анализ эмоциональной стороны социальной жизни выйти к пониманию социальных структур и рационального поведения. Одни теории склоняются к пониманию индивидуальных эмоций как внутреннего ресурса индивида, предназначенного для понимания и управления в повседневных интеракциях. Другие же теории стремятся через анализ

коллективных эмоциональных состояний, характеризующих большие социальные группы и общество в целом, выйти к интерпретации социальных структур.

К первой группе можно отнести концепцию управления презентацией и фрейм-анализ Ирвинга Гофмана, предназначенные для выявления латентных, в том числе и эмоциональных, структур повседневных коммуникаций. Если сформулировать общий посыл социологии эмоций на языке Гофмана, то он звучал бы следующим образом: в повседневном взаимодействии постоянно воспроизводятся эмоциональные фреймы, конституирующие и предопределяющие характер и форму интеракции и в результате производящие многослойную структуру повседневности. Как следует из концепции Гофмана, эмоции могут служить одним из источников впечатлений о неявных фактах, об «экспрессивной рассогласованности» (Гофман, 2000: 87–89), о выходе за пределы фрейма (Гофман, 2004: 352, 441) в повседневной коммуникации. А следовательно, стратегическое управление эмоциями и «экспрессивный контроль» напрямую связаны с последующим успехом или неуспехом презентации себя. Сходной позиции придерживается и Арли Расселл Хохшильд¹, которая, опираясь на исследования управления эмоциями в сфере обслуживания, интерпретирует эмоциональную составляющую как символический конструкт и механизм управления презентацией себя во взаимодействии. В отличие от Гофмана в ее теории «эмоциональной работы», фокус научного анализа сужается до тех эмоций, которые в ситуации ожидаются другими, соответствуют нормативным элементам культуры и имеют, как следствие, осознанный характер проявления.

Другой интерпретационный подход в социологии эмоций представлен теориями Томаса Шеффа², Рэндала Коллинза и Джека Барбалета³. Так, например, Т. Шефф определяет коллективно проявляемые переживания как маркеры границ совместной деятельности в повседневном ритуальном взаимодействии. В каждом ритуале возникают общая вовлеченность и коллективные эмоции благодаря поддержанию

¹ **Арли Расселл Хохшильд** (Arlie Hochschild, p. 1940) – профессор социологии Калифорнийского университета, Беркли, автор теории культурного анализа эмоций, трактует эмоциональную культуру как комплекс правил чувствования и выражения чувств, культурных предписаний и представлений о том, что индивиды должны выражать соответствующие контексту эмоции и как должны действовать в типичных ситуациях.

² **Томас Шефф** (Tomas Scheff, p. 1929) – профессор социологии Калифорнийского университета, является автором теории эмоций и теории ритуалов, использует театральные сравнения в понятиях катарсиса и отчуждения чувства.

³ **Джек М. Барбалет** (Jack M. Barbalet, p. 1946) – профессор Австралийского национального университета, развивающий «социологию эмоций».

дистанции, типичной для того или иного ритуального совместного действия в балансе между неосознанной эмоциональной вовлеченностью и отстраненностью от коллективных эмоций. Шефф оперирует понятием «дистанцирование по отношению к эмоциям» (Scheff, 1977) в контексте развиваемой им теории катарсиса: в случае успешного управления эмоциями участники ритуального взаимодействия (игры, развлечения, сериала и тому подобного) испытывают своего рода непреднамеренно вызываемое облегчение или чувство удовлетворения, сопровождаемое внешними индикаторами, такими, как плач, смех, холодный пот и так далее. Следует отметить, что теория «социально-эмоционального мира» Т. Шеффа занимается не только описанием механизма возникновения разделяемых эмоций, но и указывает на последствия этих эмоций для продолжения социального взаимодействия. Чтобы показать, как проявляется эмоциональная основа социального контроля, Шефф представляет на примере анализа стыда и гордости, каким образом попытки подавления чувства могут вести к так называемым спиральям стыд – стыд или стыд – ярость. В поведении взрослых людей стыд и гордость едва ли открыто наблюдаемы, но если социальная ситуация запустила у индивида одну из спиралей, его последующие действия создают похожую спираль также и у другого участника интеракции.

Концепция «эмоциональной энергии» Р. Коллинза, представляющая повседневность как множество цепей ритуальных интеракций, наполняющих объекты эмоциональным качеством, утверждает, что макроструктуры существуют только потому, что снова и снова осуществляются ритуалы на микроуровне, на уровне взаимодействий. Дж. Барбалет обратился к вопросу о конструировании действительности, осуществляемом посредством эмоций, и попытался прояснить связи между микро- и макроструктурами. Он занялся изучением целого ряда конкретных чувств, чтобы указать, в какой мере эмоции, которые рассматривались социологией как индивидуальный феномен, действительно имеют социальную значимость и находятся под влиянием социальных структур. При таком подходе эмоции воспринимаются как необходимое связующее звено между социальной структурой и актором, как предпосылка и индивидуального, и коллективного поведения. Что в свою очередь объясняет связи эмоционального аспекта с социальными и культурными структурами.

Все рассмотренные социологические теории эмоций обращены к изучению эмоционально структурированных действий и взаимодействий в поиске ответа на вопрос о том, как с помощью эмоций происходит производство и воспроизводство социального порядка. Акцен-

тируя внимание на индивидуальном или коллективном уровне их проявления, социологи стремятся к выявлению влияния макросоциального на эмоциональное либо к объяснению значения и социальных последствий эмоциональных реакций и конкретных эмоций для социальных феноменов и социального действия.

Библиография

1. Гофман, Ирвинг (2004). *Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта*. Москва: Институт социологии РАН.
2. Гофман, Ирвинг (2000). *Представление себя другим в повседневной жизни*. Москва: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле».
3. Маффесоли, Мишель (1991). «Околдованность мира или божественное социальное», *СОЦИО-ЛОГОС*, URL (доступ 28.05.12): <http://www.imaginaire.ru/node/117>
4. Scheff, Tomas (1977). "The distancing of emotion in ritual," *Current Anthropology*, URL (доступ 20.03.2012): <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2741403?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21100986272193>
5. Scherke, Katharina (2009). *Emotionen als Forschungsgegenstand der deutschsprachigen Soziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.