

ДИСКУССИИ

П. Н. Кондрашов

Основные идеи экономико-социологической концепции эмоций Евы Иллуз

Реплика на рецензию Нины Любинарской



КОНДРАШОВ Пётр Николаевич — доктор философских наук, ведущий научный сотрудник отдела философии Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. Адрес: 620108, Россия, г. Екатеринбург, ул. Софьи Ковалевской, д. 16.

Email: pnk060776@gmail.com

Настоящая работа представляет собой комментарий к рецензии Н. А. Любинарской [Любинарская 2022] на книгу Е. Иллуз «Почему любовь ранит?» [Иллуз 2020]. Н. А. Любинарская затрагивает наиболее важные и интересные аспекты рецензируемой книги. Однако в силу того, что социология эмоций является ещё довольно молодой дисциплиной, и большинство читателей, вероятнее всего, не знакомы с другими работами Евы Иллуз, в предлагаемой заметке нам хотелось бы в самом общем виде реконструировать целостную логику концепции о конститутивной взаимосвязи капитализма и эмоций. С точки зрения Иллуз, экономические системы («способы производства») формируют культурно-исторические матрицы (например, традиционное общество или капитализм в его различных исторических формах), в которых задаются модели отношений между индивидами внутри социальных групп, а также отношения индивидов к самим себе в смысле самоидентификации. Эти социальные модели отношений в процессах социализации интериоризируются и становятся «внутренними», «своими» собственными эмоционально-экзистенциальными факторами психики. А поскольку каждая культурная матрица конституирует собственные уникальные условия реализации чувств и эмоциональных отношений (экология эмоций), то и содержание эмоций становится конкретно-историческим и даже биографическим (архитектура эмоционального выбора). Так, в своих исследованиях Е. Иллуз показывает радикальное отличие эмоций (прежде всего любви и связанных с нею позитивных и негативных переживаний) в традиционном, раннекапиталистическом и современном капиталистическом (после сексуальной революции 1960-х гг. и всплеска феминизма в 1970-е гг.) обществах. Особое внимание она уделяет анализу разрушения традиционных систем идентификации и превращения на этом фоне эмоций в товар (emodity) и, в конце концов, формированию эмоционального капитализма, в котором «позитивная психология» устанавливает своеобразную рыночную диктатуру счастья (happycrasy).

Ключевые слова: социология эмоций; капитализм; экология выбора; коммодификация; эмоция-товар, или эмодити (emodity); диктатура счастья, или хэппикратия (happycrasy).

Введение

В журнале «Экономическая социология» (2022. № 4) была опубликована рецензия Нины Любинарской на книгу израильского социолога Евы Иллуз

«Почему любовь ранит? Социологическое объяснение» [Любинарская 2022]. Хотя книга Е. Иллуз написана (и замечательно переведена на русский язык [Иллуз 2020]) достаточно ясным и доступным языком (за исключением немногих сугубо научных пассажей, понятных только специалистам-социологам), многие важные аспекты текста, на наш взгляд, остаются неким дискурсивным «фоном» изложения. Автор как бы априори предполагает, что для читателя вполне понятны такие концепты, как социология эмоций, эмоциональный капитализм, экология и архитектура выбора, «наука о счастье» или эмоция-товар. Замечательно то, что в своей рецензии Н. А. Любинарская не только описывает саму книгу, но и привлекает источники, в которых более полно раскрываются те или иные стороны теории Иллуз. Понятно, что рецензент ориентируется только на наиболее интересные для неё стороны монографии [Любинарская 2022: 98].

Однако, чтобы у российских читателей сложилось более полное представление о научном подходе Е. Иллуз, было бы уместным в самом первом приближении реконструировать экономико-социологическую концепцию о конститутивной взаимосвязи между социально-экономическими структурами капитализма и механизмами формирования определённых по своему *содержанию* эмоций и эмоциональных состояний.

Социально-экономические факторы и экология выбора

Прежде всего, Е. Иллуз фиксирует, что определённые экономические системы (докапитализм и капитализм), соответствующие в целом традиционным марксистским «способам производства», порождают общественные отношения, социальные нормы и институты, в рамках которых формируются конкретно-исторические условия — *институциональные культурные матрицы* [Иллуз 2020: 23, 214, 396], детерминирующие как те или иные формы межличностных интерактивных связей *между* индивидами, так и типы отношений (в том числе и эмоциональных) этих индивидов к миру и к самим себе [Kondrashov 2021: 126–129]. Если взглянуть на этот процесс постепенного «перемещения» объективных условий в мир субъективности как на цепочку детерминаций в рамках диалектики общего, особенного и единичного, то получим следующую картину:

- социально-экономические механизмы, характерные для общественных формаций и способов производства, задают *универсальные* модели общественных (не только производственных) отношений, закладывают различные формы совместной деятельности, неравенства, стратификации, систему разделения труда и т. д.;
- формационные условия конкретизируются и институционализируются в тех или иных специфических социально-культурных матрицах (например, единые всеобщие механизмы капиталистического способа производства самым различным, *особенным* образом воплощаются в Англии, Германии, США, России или Японии);
- особенные модификации общих формационных условий оседают, седиментируются, в повседневной деятельности людей (рутинизируются, по М. Веберу), обретают конкретные *единичные* формы, обуславливаемые, например, классовыми, профессиональными, половозрастными, семейными, гендерными, этническими, формально или неформально статусными и ролевыми факторами. В рамках своих социологических исследований эмоций (анализируя, например, в книге «Почему любовь ранит?» *механизмы выбора партнёра*), Е. Иллуз показывает, что на этом уровне формируется та или иная *экология выбора* (the ecology of choice), то есть условия, в которых совершается выбор («второй половинки»). Эти условия бывают двух видов:

такие, в которых социальная среда *заставляет* человека делать выбор в определённом направлении [Ilouz 2012: 19] (например, таковой средой являются эндогамные правила

выбора супруга или феодальные сословные нормы, жёстко регламентирующие механизмы заключения брака);

такие, в которых социальная среда, будучи уже внутренне освобождённой (для Иллуз поворотными пунктами этого освобождения становятся сексуальная революция и феминизм 1960–1970-х гг.), позволяет субъекту преднамеренно (через заранее разработанную «политику») или непреднамеренно («любовь с первого взгляда»), но *самостоятельно* делать выбор.

Все вышеперечисленные уровни социального бытия в той или иной степени являются *объективными* по отношению к собственно внутреннему, интимно-экзистенциальному миру человека. Эти «внешние» экологические миры, в которых обретается человек, в процессах его социально-индивидуальной деятельности интериоризируются, переходят во «внутренний» план его психики и переживаются как собственные эмоциональные отношения к миру, формируют то (в плане примера с выбором супруга), что Е. Иллуз называет *архитектурой выбора*. «Архитектура выбора (*architecture of choice*), — пишет она, — связана с механизмами, которые являются внутренними для субъекта и формируются культурой: они касаются как критериев оценки какого-либо объекта (будь то произведение искусства, зубная паста или будущий супруг), так и способов самоконсультации, с помощью которых человек сверяется со своими эмоциями, знаниями и общепринятыми суждениями для принятия решения. Архитектура выбора состоит из ряда когнитивных и эмоциональных процессов и, что более важно, связана с тем, как эмоциональные и рациональные формы мышления оцениваются, воспринимаются и отслеживаются при принятии решения. Выбор может быть результатом сложного процесса самоконсультации и толкования альтернативных направлений или результатом “мгновенного” сиюминутного решения, но каждый из этих маршрутов имеет определенные культурные пути, которые еще предстоит осветить» [Иллуз 2020: 34]. Стало быть, основой «архитектуры выбора» являются «предпочтения и интересы личности, её опыт, то, как она осмысляет происходящее на уровне ощущений и условий» [Иллуз 2020: 37].

Социально-исторические формы экологии выбора

Ева Иллуз в своих работах исследует прежде всего две системы экологии выбора — докапиталистическую и капиталистическую, резко демаркируя в этой последней эпоху до и после сексуальной революции конца 1960-х гг. В некотором смысле досексуальная эпоха эмоциональной истории капитализма может быть включена в докапиталистические формы.

С точки зрения Иллуз, *докапиталистические* социально-экономические условия формируют такую социальную среду, которая заставляет, принуждает, индивида делать эмоциональный выбор в том или ином конкретном направлении. Это связано с тем, что докапиталистические общества, базируясь на традиционных способах производства, детерминируют жёстко регламентированные структуры социальных статусов и ролей, застывшие сословные социальные нормы и институты. В таких обществах всё строго определяется и контролируется, в том числе и эмоции. Особенностью протекания этих последних, по Иллуз, является то, что люди, встроенные в такие ригористические экологии выбора, «выбирают» строго в соответствии с принятыми социальными нормами и традициями предписанной группы (сословия, нации). Таким образом, оказывается ограниченным не только сам выбор (диктуемый внешними условиями), но и универсум самих объектов выбора (когда мы можем, например, супругу выбирать по правилам эндогамии или сословного брака, да ещё только из своей деревни). Ещё одной важной особенностью протекания эмоций в такого рода традиционных экологиях выбора будет то, что «любовные страдания» — например, при страсти к «запретному плоду» (скажем, крестьянского юноши к даме из высшего общества) или при расставании — экзистенциально переживаются не так остро, как в современной культуре. «В прошлом для заключения брака был важен социально-экономи-

ческий статус, решение могло приниматься родителями, а сам выбор не основывался на самоанализе и чаще всего был предопределён, то есть, условно, если два влюблённых человека понимали, что экономически их брак будет несостоятельным, мысль о разрыве не всегда вызывала душевные терзания» [Любинарская 2022: 100].

Капиталистический способ производства разрушает традиционные структуры и привносит в общественную жизнь свободу. Но это разрушение и дезинтеграция жёстко структурированных социальных отношений и групп, радикальное увеличение социальной мобильности, приводят к тому, что человек, выпавший из внешним образом установленных и предписанных обществом однозначных и фактически неизменных статусов и ролей, когда-то определявших не только его «место», но и его *ценность* в социальной иерархии, впадает в *кризис идентичности*, ведущий к радикальным изменениям в сфере эмоций.

Речь идёт о том (как это показано в книге «Почему любовь ранит?» на примере нынешних любовных страданий), что современный человек, больше не интегрированный в традиционно структурированные группы, должен создавать и согласовывать свои «статус» и «ценность» в процессе взаимодействия с *Другими*. Отныне я тот, кто «делает себя», но в соответствии с (пусть и глубоко интериоризированными) ожиданиями, пожеланиями («хотелками») и мнениями *Других*; я тот, кто *предлагает себя* в соответствии со *спросом Других*. И вот здесь Е. Иллуз делает свой самый интересный шаг: коль скоро *моя* эмоциональная самооценка и самоидентификация зависят от «ожиданий» (даже не обязательно *значимых*) *Других*, от *спроса-запроса Других*, я просто-напросто *вынужден сам предложить* им себя таким, *каким они* хотели бы меня видеть.

При капитализме индивид, с одной стороны, формально *свободная* личность, с другой — актер, *вынужденный* ориентироваться не на устойчивые «традиционные ценности» докапиталистических формаций, а на постоянно меняющуюся конъюнктуру *Других*, что порождает *онтологическую неуверенность* (ontological insecurity) [Illouz 2012: 122]. А это, в свою очередь, формирует потребность в личностной уверенности, которая приобретает экзистенциальную остроту в условиях, когда обеспечение признания со стороны *Других* неопределённо и хрупки. Отсюда и болезненная одержимость в стремлении к высокой «самооценке» (*l'estime de soi*) и «самоуважению», когда у «я» (*moi*) нет онтологического признания. Е. Иллуз формулирует это как проблему *формирования (конструирования) самооценки* (la construction de l'estime de soi). Стало быть, либеральная внутренне свободная экология выбора на самом деле оборачивается своеобразным актом спроса и предложения: *Я* — это то, чего вы изволите.

В одном из интервью Ева Иллуз говорит: «В отличие от докапиталистического периода, когда отношения между мужчинами и женщинами были строго кодифицированы, а эмоции регулировались, сексуальное раскрепощение 1970-х гг позволило создать “рынок любви” (*marché de l'amour*), где все встречаются без посредников и где ценность, стоимость (*la valeur*) каждого присваивается (*attribuée*) в соответствии с механизмами, которые *очень напоминают рыночные*» [Nessmann 2020].

Коммодификация и мир эмоций-товаров

Оставляя в стороне все интереснейшие изыскания Е. Иллуз в сфере любовных отношений и тех специфических условий, которые привносит капитализм в архитектуру эмоционального, романтического выбора, укажем только на самые общие следствия такого положения дел.

Во-первых, коль скоро в сфере «производства» (*construction, building*) самости и эмоционально-онтологической самоидентификации начинают действовать рыночные механизмы спроса и предложения, это значит, что процесс *коммодификации* (превращения чего-либо в товар, или, выражаясь языком

К. Маркса, превращение потребительной ценности в ценность меновую [Hermann 2021: x–xi]) охватил теперь не только мир материальных благ и услуг, но и внутренний, экзистенциальный мир человека. Е. Иллуз пишет, что в XIX веке К. Маркс определил товар как *материальный предмет*; в XX веке Ж. Бодрийяр показал, что товар дематериализуется и превращается в *набор знаков*; Е. Иллуз уже в первой четверти XXI столетия говорит о том, что теперь в товары превращаются не только полезная материя и нематериальные знаки, но и эмоции. Возникает удивительное — одновременно и социально-экономическое, и экзистенциально-психологическое — явление, которое Е. Иллуз в книге «Emotions as Commodities...» («Эмоции как товар») назвала термином *emodity* (производное от англ. *emotion* — эмоция и *commodity* — товар) [Ilouz 2018a]. Эмодити — это форма товара, потребительная стоимость которого заключается в том, чтобы вызывать определенные эмоции (*to elicit specific emotions*). Дело в том, что эмоции, как например, и знания, представляют собой *идеальный товар*: они бесконечно возобновляемы и обладают свойством при потреблении увеличиваться, а не сокращаться.

Во-вторых, одним из самых отличительных аспектов капитализма после 1960-х гг., пишет Е. Иллуз, было распространение психологических и эмоциональных потребностей. Учитывая то, как потребительская экономика (*consumer economy*) проникла в сокровенные закоулки субъективности [Ilouz 1997], капитализм также развивался с помощью эмодити — услуг, которые можно приобрести, чтобы изменить и улучшить своё эмоциональное состояние, свой эмоциональный облик (*emotional makeup; complexion émotionnelle*). Этот аспект капитализма побуждает женщин и мужчин рассматривать себя как набор аффективных качеств, которые необходимо оптимизировать, *максимизировать* (*to be maximized; à optimiser*). «Современное “я” воспринимает себя как незавершённый процесс, в котором ему постоянно требуется самосовершенствование» [Ilouz 2019: 256]. Эта направленность на *требование* перманентных улучшений самого себя создаёт инструментальную основу для *капиталистической эксплуатации внутреннего мира*, то есть *извлечения прибылей* за счёт использования субъективности и эмоций сначала других людей, позже — собственных (например, как это делают тиктокеры и т. п. персонажи, продающие свои переживания как пирожки).

В основе капиталистической инструментализации эмоций, с точки зрения Е. Иллуз, лежат вышеупомянутый кризис идентификации и самооценки, связанный с онтологической неуверенностью, возникающей на фоне размытости социальных структур, норм, статусов и ролей, порождённых капитализмом. А поскольку индивид в подобных ситуациях вынужден самостоятельно через непосредственные интеракции с оценивающими его *Другими* конструировать, строить, собственное я (*Moi*, а не *Je*), что зачастую оказывается весьма затруднительным и порой приводит к неудачам, фрустрациям, стрессам и депрессиям, то тут как тут появляются предприимчивые дельцы, которые предлагают разного рода рецепты в духе «сделай самого себя сам», «быть уверенным — это просто» и т. д. Но это вовсе не какие-то шарлатаны и кудесники, а *эксперты-психологи, опирающиеся на науку*.

Мир принудительного счастья

В книге «Наррусгасу» («Диктатура счастья») Ева Иллуз и её соавтор испанский психолог Эдгар Кабанас, объясняют, как эта новая психологическая «наука о счастье» была поставлена на службу компаниям и государственной политике [Cabanas, Ilouz 2018]. История развития личности уходит своими корнями в историю самопомощи, которая восходит к середине XIX века. Но ближе к концу 1990-х гг. американец Мартин Селигман основал *позитивную психологию* и дал ей якобы научную основу. Славой Жижек так описывает её суть: «“Позитивная психология” формулирует такой идеал счастья, в основе которого лежит нормативная идея о том, что счастья каждый из нас способен достичь *только и только в том случае*, если будет реализовывать заложенный в нём потенциал, то есть будет постоянно *улучшать и изменять самого себя*. Но дело в том, что самим нам не под силу узнать, в чём состоит наш скрытый потенциал, как “быть успешными”. Это под силу только программам по личностному росту,

коучам, психотерапевтам, психоаналитикам, “экспертам” из женских журналов, блогерам и флюэнсерам, которые “подтолкнут” нас “в направлении нашего истинного благополучия”» [Žižek 2018].

Отсюда возникает такой феномен, как *хэппикратия* (*happycratie*, *Glücksdiktat*, *happycrasy*, *счастьекратия*): управление людьми через *обещание счастья* и добровольно-принудительное установление стандартов позитивных чувств. Дело в том, что пообещать кому-то что-то позитивное — значит обеспечить себе его *лояльность*. Но, как мы сказали, с точки зрения «позитивной психологии» обещание счастья даётся только при условии *работы над собой, трансформации себя*.

Эта на первый взгляд *активистская* идея — *всё, дескать, зависит только от нас самих*, а внешние (социальные, экономические, трудовые, семейные и проч.) факторы несущественны, отдельный человек сильнее своего окружения и достаточно изменить себя, чтобы изменить условия собственной жизни [Illouz 2018b]; важна лишь способность быть создателем собственного душевного состояния — в действительности оказывается радикально *пассивной*. Дело в том, что, с одной стороны, отныне душевные проблемы не воспринимаются как следствие социальных или житейских неурядиц (вроде развода или увольнения с работы). В этом смысле идея счастья, утверждает Е. Иллюз, является *идеологией*, так как идеология — это всё, что отвлекает нас от реальности или маскирует её.

С другой стороны, внутри этого «позитивного» дискурса счастья человек, не способный самостоятельно определить для себя содержание своего счастья, начинает *зависеть* от тех коучей-терапевтов, специалистов по личностному росту и самосовершенствованию, которые «обнаруживают» у субъекта некие эмоциональные (психические) *потребности*, затем превращают их в серьёзные «*проблемы*», которые необходимо срочно «*решить*», и тут же предлагают способы их «*решения*». Несмотря на то что эти «*проблемы*» решать будет путём самоизменения *сам пациент*, и он же сам будет «*достигать счастья*», но тем не менее — и это решающий момент — весь процесс должен протекать под чутким руководством психотерапевта, психоаналитика, коуча, эксперта по «позитивной психологии». В итоге и «*проблемы*», и способы их «*решения*» обретают вполне реальную форму товарно-денежной сделки, то есть превращаются в *экономический акт*.

Такие схемы работают, поскольку мы находимся в культуре, которая десятилетиями учила нас, что *социальные* проблемы могут быть решены на *индивидуальном* уровне. Но самое удивительное состоит в том, что, когда методы «позитивной психологии» после кратковременного успеха перестают работать, люди начинают потреблять ещё одну книгу или самый новейший метод, затем ещё одну и т. д. Индивиды уже на бессознательном уровне втягиваются в эту систему, обнаруживая свою пассивную зависимость от неё. Вот так и формируются, согласно Е. Иллюз и Э. Кабанасу, с одной стороны, класс «*искателей счастья*», желающих его «*купить*», и класс «*торговцев счастьем*» («*marchands de bonheur*») — с другой. Одним из важнейших следствий распространения «позитивной психологии» и хэппикратии стало *производство психотерапевтов*. После возникновения «позитивной психологии» появилось множество руководств по личностному развитию, блогов, методов лечения или коучинга, которые объясняют, что каждый может — и должен! — достичь счастья, работая над собой и позитивно глядя на мир.

Отсюда и «руководство к действию»: «Эмоциональную жизнью необходимо управлять, контролировать её и ставить под знак идеала здоровья. Всевозможные социальные и институциональные субъекты соревнуются в определении самореализации, здоровья и патологии, тем самым превращая эмоциональное здоровье в новый товар, производимый, вводимый в обращение и перерабатываемый в экономических и социальных местах, которые принимают форму поля (*champ*), то есть рынка» [Illouz 2007: 118].

Но самое важное состоит в том, что произошла *квантификация интимного мира* — счастье стало *измеримой* величиной, используемой, скажем, для количественной оценки состояния страны. Так, например, в 2016 г. в Объединенных Арабских Эмиратах (ОАЭ) было создано *Министерство счастья*, а в некоторых компаниях существует должность главного сотрудника по вопросам счастья, чья миссия заключается в проверке того, что рабочая среда способствует благополучию сотрудников. «Система знаний, которая была направлена на то, чтобы заставить нас исследовать тёмные уголки нашей психики и сделать нас эмоционально “образованными”, также помогла превратить человеческие отношения в поддающиеся количественной оценке (*quantifiables, измеримые*) и взаимозаменяемые сущности. И сама идея самореализации, которая содержала и по-прежнему содержит психологическое и политическое *обещание счастья* (*promesse de bonheur*), имела решающее значение для развертывания психологии как авторитарной системы знаний и вторжения рыночной логики в частную сферу» [Шлоуз 2007: 194–195]. Более того, теория самопомощи, считает Е. Иллуз, это находка для транснациональных корпораций и нелиберальных правительств, использующих её, чтобы превратить меня, индивида, в капитал, который можно эксплуатировать и поставить на службу рынку.

Эмоциональный капитализм

И вот тут капиталистические формы «самоидентификации» и «самооценки» через *Других без участия самого себя*, через консюмеризм и коммодификацию на основе *emodity*, с помощью квантификации эмоций и счастья в практиках и дискурсах *happycrasy*, «позитивной психологии» и психотерапии по личностному росту, проникают в самые потаённые закоулки самости: капитализм начинает использовать эмоции так, как никакая экономическая формация до него. Возникает то, что Е. Иллуз называет *эмоциональным капитализмом* (*emotional capitalism*) [Шлоуз 2017]. Этот вид капитализма, с её точки зрения, обладает свойством, которое она (в том числе вместе со своими соавторами и сотрудниками) обнаружила в ходе интереснейших эмпирических исследований (о которых можно написать отдельную статью). Дело в том, что в большинстве социологических концепций (вне зависимости от социально-политической ориентации их представителей и отношения этих последних к капитализму) доминирует позиция, согласно которой имманентные механизмы капитализма порождают безличные, анонимные, лишённые всякой глубины товарно-денежные отношения. Отсюда вывод: *капитализм создал бесчувственный мир*, где правят бюрократическая рациональность (в веберовском смысле), расчёт и чистоган. Более того, утверждается, что «продуманное» экономическое поведение человека экономического (*homo oeconomicus*) противоречит подлинным *человечным* отношениям; что общественная и частная сферы противоположны и непримиримы друг с другом; и что истинная любовь противопоставляется расчётам и частным интересам. Иначе говоря, в рамках этого дискурса утверждается, что экономические структуры капитализма и порождаемые ими объективные отношения бездушны и неэмоциональны, в то время как эмоциональность перемещается в частную сферу, в семью, в отношения с самим собой.

Вопреки таким предположениям Е. Иллуз утверждает, что в современном капитализме *объективные экономические* отношения как раз стали *эмоциональными*, в то время как отношения *субъективные, интимные* всё больше и больше определяются экономическими моделями спроса и предложения, рационального выбора в духе *homo oeconomicus*, коммодификации, и получения прибыли посредством использования эмоционального капитала. Таким образом, диалектика эмоционального капитализма такова, что с одной стороны, в нём происходит *эмоционализация* экономических отношений, а с другой — *экономизация* эмоций и интимных отношений. С наибольшей глубиной Ева Иллуз описывает, как интимность нашей психики эволюционирует не к более частному и индивидуальному, более душевному и доверительному, а к усилению публичности и коммерциализации этой стороны нашей психики.

Заключение

Как нам представляется, наиболее важным в социологии эмоций Е. Иллуз является следующее:

- во-первых, в отличие от господствующей в социологии тенденции изучать эмоции с помощью инструментов психологии, психоанализа, семиотики и других наук, она пытается показать, что механизмы и содержание эмоций зависят от тех конкретно-исторических общественных практик (прежде всего экономических; например, практик потребления), образов, дискурсов, моральных репертуаров, норм, институтов, образующих институциональные культурные матрицы. Это позволяет израильскому социологу эксплицировать конститутивную взаимосвязь между социально-экономическими системами («способами производства») и механизмами протекания эмоциональных процессов, историческим и даже социально-биографическим *содержанием* чувств;
- во-вторых, Е. Иллуз исследует эмоции в их социально-исторической динамике, что выражается в её концепции экологии эмоционального выбора, учитывающей внутренние трансформации условий, в которых протекают эмоции и появляются новые механизмы переживаний. Так, в книге «Почему любовь ранит?» она рассматривает феномен выбора не как естественное, неизменное свойство человеческой психики и некоей внеисторической рациональности, а как объектно-субъектное явление;
- в-третьих, делая в своих исследованиях акцент, с одной стороны, на анализ *социальных* (экономических, культурных и исторических) и *деятельных* (практики потребления, ухаживания, свиданий, любовных посланий, знакомств и расставаний и др.) детерминантах чувств, а с другой — на экспликации *экзистенциальных* аспектов феномена *выбора* в структурах современной экологии и архитектуры эмоциональной жизни, Е. Иллуз, отвергая структуралистские, функционалистские и вульгарно-экономические, социологизаторские и радикально субъективистские парадигмы, по сути, в рамках экономической социологии эмоций развивает своеобразный вариант экзистенциально-марксистского подхода. Единственным «упрёком» здесь может быть только то, что она в основном ограничивает свои исследования анализом чувств у представителей среднего и среднего высшего классов (*middle and upper-middle classes*), почти не обращая внимания на низшие и высшие классы в социальной стратификации [Любинарская 2022: 104]. К тому же анализ Иллуз не выходит в целом за рамки западного мира, хотя она широко привлекает, скажем, русскую классическую литературу.

Следует также заметить, что социология эмоций — это очень молодая наука, только-только набирающая силу. К сожалению, в России она пока не получила широкого признания, но и у нас появились оригинальные исследователи, среди которых обязательно надо назвать О. А. Симонову [Симонова 2016]. Будем надеяться, что публикация работ Евы Иллуз поспособствует развитию социологии эмоций. У нас в стране есть очень богатый и уникальный материал для подобных исследований (например, анализ дореволюционной, советской и постсоветской форм экологии эмоций).

Литература

- Иллуз Е. 2020. *Почему любовь ранит? Социологическое объяснение*. Москва; Берлин: Директ-медиа Паблишинг.
- Любинарская Н. А. 2022. Разум vs. чувства: возникновение новой экологии выбора в романтической сфере индивида. Рецензия на книгу: Иллуз Е. 2020. *Почему любовь ранит? Социологическое объ-*

яснение. Перев. с англ. С. В. Сидоровой. Москва; Берлин: Директ-медиа Паблишинг. 400 с. *Экономическая социология*. 23 (4): 96–109. Doi: [10.17323/1726-3247-2022-4-96-109](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2022-4-96-109)

Симонова О. А. 2016. Базовые принципы социологии эмоций. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Социология*. 4: 12–27.

Cabanas E., Illouz E. 2018. *Happycracy: How the Industry of Happiness Controls Our Lives*. Cambridge: Polity Press.

Hermann C. 2021. *A Critique of Commodification: Contours of a Post-Capitalist Society*. Oxford: Oxford University Press.

Illouz E. 1997. *Consuming the Romantic Utopia. Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley: University of California Press.

Illouz E. 2007. *Les Sentiments du capitalisme*. Paris: Le Seuil.

Illouz E. 2012. *Why Love Hurts: Sociological Explanation*. Cambridge: Polity Press.

Illouz E. 2018a. *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*. Abingdon-Thames: Routledge.

Illouz E. 2018b. L'injonction au bonheur est une trouvaille formidable pour le pouvoir. *Le Monde*. 28 August. URL: https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2018/08/28/eva-illouz-l-injonction-au-bonheur-est-une-trouvaille-formidable-pour-le-pouvoir_5346894_4497916.html

Illouz E. 2019. *The End of Love. A Sociology of Negative Relations*. Oxford: Oxford University Press.

Kondrashov P. N. 2021. What is Man? Interpreting the Philosophical-Anthropological Ideas of Karl Marx. Part II: Sociality and Historicity of Man. *Russian Journal of Philosophical Sciences*. 64 (4): 122–132. Doi: [10.30727/0235-1188-2021-64-4-122-132](https://doi.org/10.30727/0235-1188-2021-64-4-122-132)

Nessmann P. 2020. Eva Illouz, une sociologue contre la tyrannie des émotions. *CNRS Le Journal*. 24 August. URL: <https://lejournel.cnrs.fr/articles/eva-illouz-une-sociologue-contre-la-tyrannie-des-emotions>

Žižek S. 2018. Happiness? No, Thanks! *The Philosophical Salon*. 2 April. URL: <https://thephilosophicalsalon.com/happiness-no-thanks/>

DISCUSSIONS

Pyotr Kondrashov

The Main Ideas of the Economic and Sociological Concept of Emotions by Eva Illouz

Reply to Nina Lyubinarskaya's Review

KONDRASHOV, Pyotr —
Doctor Science (in Philosophy),
Leading Researcher, Institute
of Philosophy and Law,
Ural Branch of the Russian
Academy of Sciences. Address:
16 Sofia Kovalevskaya str.,
Yekaterinburg, 620108, Russian
Federation.

Email: pnk060776@gmail.com

Abstract

This work is a commentary on the review of N. Lyubinarskaya [Lyubinarskaya 2022] on the Russian translation of the book by E. Illouz *Why Love Hurts?* [Illouz 2020]. In her review, N. Lyubinarskaya highlights important and interesting aspects of the book under review. However, due to the fact that the sociology of emotions is a relatively new discipline, it is likely that most readers are not familiar with other works by Eva Illouz. In this note, we overview the general logic of her concept of the constitutive relationship of capitalism and emotions. According to Illouz, economic systems (or “modes of production”) form cultural and historical matrices (for example,

traditional society or capitalism in its various historical forms) that shape models of relations between individuals within social groups, as well as the relationships of individuals to themselves in the sense of self-identification. These social models of relations in the processes of socialization are internalized and become “internal”, “their own” emotional-existential factors of the psyche. Each cultural matrix constitutes its own unique conditions for the realization of feelings and emotional relationships (the ecology of emotions), making the content of emotions specific to a historical and even biographical (the architecture of emotional choice) context. Illouz's research highlights the radical difference between emotions, particularly love and related positive and negative experiences, between traditional, early capitalist, and modern capitalist societies. She especially reviews the effects of the latter in the context of the sexual revolution of the 1960s and the surge of feminism in the 1970s. She pays special attention to the analysis of the destruction of traditional identification systems as a background to the commodification of emotions (turning them into ‘emodities’). Finally, she discussed that the formation of emotional capitalism in which “positive psychology” establishes a sort of a market dictatorship of happiness (‘happycracy’).

Keywords: sociology of emotions; capitalism; ecology of choice; commodification; emodity; happycracy.

References

- Cabanas E., Illouz E. (2018) *Happycracy: How the Industry of Happiness Controls Our Lives*, Cambridge: Polity Press.
- Hermann C. (2021) *A Critique of Commodification: Contours of a Post-Capitalist Society*, Oxford: Oxford University Press.
- Illouz E. (1997) *Consuming the Romantic Utopia. Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*, Berkeley: University of California Press.

- Illouz E. (2007) *Les Sentiments du capitalisme*, Paris: Le Seuil.
- Illouz E. (2012) *Why Love Hurts: Sociological Explanation*, Cambridge: Polity Press.
- Illouz E. (2018a) *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*, Abingdon-Thames: Routledge.
- Illouz E. (2018b) L'injonction au bonheur est une trouvaille formidable pour le pouvoir. *Le Monde*. 28 August. Available at: https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2018/08/28/eva-illouz-l-injonction-au-bonheur-est-une-trouvaille-formidable-pour-le-pouvoir_5346894_4497916.html (accessed 22 November 2022).
- Illouz E. (2019) *The End of Love. A Sociology of Negative Relations*, Oxford: Oxford University Press.
- Illouz E. (2020) *Pochemu lyubov' ranit? Sotsiologicheskoe obyasnienie* [Why Love Hurts? Sociological Explanation], Moscow; Berlin: Direct Media Publishing House (in Russian).
- Kondrashov P. (2021) What is Man? Interpreting the Philosophical-Anthropological Ideas of Karl Marx. Part II: Sociality and Historicity of Man. *Russian Journal of Philosophical Sciences*, vol. 64, no 4, pp. 122–132. Doi: 10.30727/0235-1188-2021-64-4-122-132
- Lyubinarskaya N. (2022) Razum vs. chuvstva: vznikovenie novoy ekologii vybora v romanticheskoy sphere individa [Reason vs Feeling: Appearance of New Ecology of Choice in the Romantic Sphere of the Individual. Book review on: Illouz E. 2020. *Pochemu lyubov' ranit? Sotsiologicheskoe obyasnienie* [Why Love Hurts? Sociological Explanation], Moscow; Berlin: Direct Media Publishing House. 400 p. (in Russian)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 23, no 4, pp. 96–109. Doi: 10.17323/1726-3247-2022-4-96-109 (in Russian).
- Nessmann P. (2020) Eva Illouz, une sociologue contre la tyrannie des émotions. *CNRS Le Journal*. 24 August. Available at: <https://lejournel.cnrs.fr/articles/eva-illouz-une-sociologue-contre-la-tyrannie-des-emotions> (accessed 22 November 2022).
- Simonova O. (2016) Bazovye printsipy sotsiologii emotsiy [Basic Principles the Sociology of Emotions]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 12. Sociology = Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12: Sotsiologiya*, no 4, pp. 12–27 (in Russian).
- Žižek S. (2018) Happiness? No, Thanks! *The Philosophical Salon*. 2 April. Available at: <https://thephilosophicalsalon.com/happiness-no-thanks/> (accessed 22 November 2022).

Received: November 22, 2022

Citation: Kondrashov P. (2023) Osnovnye idei ekonomiko-sotsiologicheskoy kontseptsii emotsiy Evy Illouz. Replika na retsenziyu Niny Lyubinarskoy [The Main Ideas of the Economic and Sociological Concept of Emotions by Eva Illouz. Reply to Nina Lyubinarskaya's Review]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 1, pp. 151–161. doi: 10.17323/1726-3247-2023-1-151-161 (in Russian).