

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

УДК 316.728+304.444

Е. В. ХОДУС^{1*}

^{1*} Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Днепропетровск), эл. почта hodus2@ukr.net,
ORCID: 0000-0001-9566-6128

ПРИНУДИТЕЛЬНОЕ СЧАСТЬЕ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ИМПЕРАТИВ

Цель работы. В рамках настоящей статьи предпринята попытка «прочитать» культурный код феномена счастья в актуальных социальных обстоятельствах. При этом фокус исследовательского интереса сосредоточен преимущественно на специфических особенностях современной культурной ситуации, которая определяет, в том числе, и эмоциональную инфраструктуру жизнедеятельности индивидов. **Методология.** В качестве эвристического ресурса, позволяющего осмыслить транзит ценностно-смысловых кодов феномена счастья, предлагается ряд концептов, предложенных М. Фуко, Н. Элиасом, в частности - «фигурационный баланс власти», «культура себя», «забота о себе», «практики себя», «дискурс власти/знания». Такая аналитическая оптика дает возможность прочтения современной социальной реальности как дискурсивного пространства, пронизанного визуальной эстетизацией разнообразных эмоций, легитимизированных знанием/властью. При этом дисциплинарный дискурс не только кодифицирует «правильное» выражение эмоций, но и культурно кодирует иерархию этих «правильных» эмоций. **Научная новизна.** Доказывается, что характерной приметой актуальной социальной ситуации (наличествующей и в украинских реалиях) является изменение статуса счастья, превращение его в «нормативную» эмоцию, которую индивидам следует чувствовать и демонстрировать. Иными словами культ счастья становится доминантным культурным императивом, своеобразной повинностью, вменяемой в качестве морального долга. Утверждается, что «принудительное счастье» есть социальный эффект терапевтической культуры, рационализирующей эмоциональную жизнь индивида, межличностные отношения, сценарии успеха и счастья. Обосновывается ключевая роль культурных медиаторов, коммерческих нарративов, интернета, СМК) в конструировании и продвижении идеологии «принудительного счастья». **Выводы.** Предлагаемый исследовательский подход позволяет деконструировать эмоциональный режим современности в аспекте проблематизации феномена счастья. Речь идет о том, что право на счастье, на частные удовольствия и заботу о себе как базовые идеи эпохи Просвещения трансформируются в культовый объект колоссальной индустрии в современном обществе потребления, жизнеспособность которого зависит от того, насколько эффективно осуществляется потребление символических благ. При этом определяющей чертой современного рыночного общества становится интенсификация практик удовольствия, раскрепощения желаний, что не только не освобождает индивида, не делает его счастливым, напротив, индивид существует здесь в атмосфере постоянной экзистенциальной тревоги, выраженной в чувстве опасности не быть счастливым, не вписаться в установленный «эмоциональный режим».

Ключевые слова: эмоциональный режим, принудительное счастье, общество впечатлений, терапевтическая культура, терапевтический Self.

Актуальность темы исследования

Каждая эпоха вырабатывает свою «эмоциональную» парадигму, в рамках которой складываются определенные отношения к чувствам, аффективным состояниям, тому, что У. Редди назвал «эмоциональным режимом» - «набором нормативных эмоций и официальных ритуалов, методов и эмоциональных практик, которые служат их выражению и внушению; это необходимое подкрепление любого устойчивого политического режима» [12, с.166]. Иными словами, именно общество формирует эмоциональный опыт индивидов посредством социокультурного дискурса и практик социализации

(общезначимых символов, ценностей, норм, нарративов, эпистемологических моделей) и определяет стиль их эмоционального поведения. Заметим, что проблематика эмоциональных переживаний, приватный мир чувств долгое время оставалась периферийной тематикой, а предметом активной научной рефлексии становится только в 80-ые годы XX века. В работах П. Бурдьё, М. Фуко, М. Мерло-Понти, З. Баумана, Ж. Липовецки, П. Брюкнера фокус исследовательского интереса сосредоточен на социокультурной детерминации эмоциональных состояний.

В этом плане интересны исследования Н. Элиаса, который предложил рассматривать ис-

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

торические процессы в аспекте психосоциогенеза, то есть параллельного формирования социальных структур и соответствующих им телесно-эмоциональных паттернов индивидуального поведения [11]. Теория Н. Элиаса позволяет увидеть, каким образом изменение «фигурационного баланса власти», характеризующее социально-экономическую историю Нового времени, отразилось на характере регулирования аффектов и поведения индивидов, способствуя тому, что внешнее принуждение стало играть меньшую роль, и возросла роль самопринуждения, самоконтроля в форме «стыда» или «внутренней мотивации». При этом «мягкий контроль», его эффективность строились на глубоко интериоризированном взгляде «Другого», принижающего структуры индивидуального существования. «Другой» в данном случае - это государственные институты, монополизировавшие «психическое насилие и агрессию», вынуждающие «прятать в шкаф» собственную агрессивность и добиваться собственных целей ненасильственным путем - политическим, хозяйственным, эротическим.

Для целей нашего исследования теория Н. Элиаса представляется хорошим эвристическим ресурсом, позволяющим осмыслить фактор культурного прессинга как объективирующей практики, в результате которой индивиды становятся объектами анализа и мягкого контроля как перманентного внутреннего насилия над проявлением эмоций и человеческих страстей. Объективация индивида «запускает» в свою очередь субъективирующие практики - способы, с помощью которых индивид становится действующим и знающим субъектом, в том числе и в отношении своей эмоциональной инфраструктуры (способы, артикулированные впоследствии М. Фуко в концептах «культуры себя», «заботы о себе», «практиках себя»). Такая аналитическая оптика дает возможность прочтения современной социальной реальности как дискурсивного пространства, пронизанного визуальной эстетизацией разнообразных эмоций, легитимизированных знанием/властью. При этом дисциплинарный дискурс не только кодифицирует «правильное» выражение эмоций, но и культурно кодирует иерархию «правильных» эмоций. Итак, принимая во внимание утверждение о том, что эмоции являются социально и культурно обусловленными, можно утверждать, что характерной приметой акту-

альной социальной ситуации (наличествующей и в украинских реалиях) является изменение статуса счастья, превращение его в «нормативную» эмоцию, которую индивидам следует чувствовать и демонстрировать. Иными словами культ счастья становится доминантным культурным императивом, своеобразной повинностью, вменяемой в качестве морального долга. «Ныне у нас есть все права, - пишет П. Брюкнер, - кроме права не быть счастливым» [1, с.11]. Ведь «Счастье - это просто!», убеждают нас рекламные слоганы и предлагают, например, «Женское счастье - оптом и в розницу!» (просто реклама посуды).

Цель исследования

Соответственно *цель* настоящей статьи состоит в попытке «прочитать» культурный код счастья в актуальных социальных обстоятельствах. Суть *проблемной ситуации*, нам представляется в следующем: право на счастье, на частные удовольствия и заботу о себе как базовые идеи эпохи Просвещения трансформировались в культовый объект колоссальной индустрии в современном обществе потребления, жизнеспособность которого зависит от того, насколько эффективно осуществляется потребление символических благ.

Таким образом, нам представляется интересным сосредоточить внимание не столько на этической концепции счастья, выражающей нравственную культуру общества (в этой перспективе счастье остается «вечным вопросом»: что такое счастье, достижимо ли оно и есть ли оно вообще), сколько зафиксировать его современную культурную специфику «здесь и сейчас», когда потребительство вообще и коммерческая индустрия счастья в частности становятся не просто доминирующими модусами бытия, а сферами долженствования.

Изложение основного материала

По мнению С. Жижека классический буржуазный субъект, озабоченный обладанием материальными предметами сегодня оттеснен «постмодернистским» многогранным субъектом, озабоченным богатством собственных переживаний [4, с.162]. Действительно, определяющей чертой постмодернистского капитализма является в первую очередь продажа субъективных переживаний. «На рынке мы все реже покупаем продукты (материальные пред-

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

меты), которыми мы хотим обладать, - пишет С. Жижек, - и все чаще жизненные переживания - переживания секса, пищи, коммуникации, культурного потребления, причастности к образу жизни» [4, с.160]. Экзистенциальная атмосфера «культурного капитализма», описанная С. Жижек, созвучна концепции «общества переживаний/впечатлений» Г. Шульце, обратившего внимание на коммерциализацию эмоциональной жизни человека. Основной тезис Г. Шульце строится на утверждении о реконфигурации природы современной субъектности в сторону смещения своей ориентации с внешней (потребление утилитарных товаров и услуг) на внутреннюю, то есть на переживания. Это означает, что человек «запускает процессы, которые разворачиваются в нем самом. Построение собственной биографии рассматривается индивидом как проект «счастливой жизни», состоящий в том, чтобы нечто пережить» [14, с.39]. Согласно Г. Шульце, при ориентации на переживание потребитель сталкивается с проблемами: конкретизации эмоционального намерения (чего мы на самом деле хотим?) и неуверенности, грозящей риском разочарования в правильности сделанного выбора [14]. Ирония современной ситуации как раз и состоит в парадоксе: с одной стороны, идеология современного общества последних десятилетий постулирует, что люди должны становиться счастливее, когда они постоянно приобретают все лучшее, с другой - сама «тирания принудительного выбора» рождает чувство беспокойства. С целью преодоления негативных эмоциональных состояний, по Г. Шульце, в обществе переживаний существует целый штат профессиональных интерпретаторов желаний - специалистов в эмоциональной коммуникации, их задача «объяснить нам, что происходит в нас самих» [14, с.42]. В таком контексте можно сказать, что общество переживаний переформатировано логикой спектакля в том значении, как его описал Ги Дебор. Он показал, как конкретный реальный жизненный опыт заменяется сегодня искусственно сконструированным «режиссерами» знанием, в результате чего человек становится потребителем зрительной информации со стороны заинтересованных агентов. Сущность этого общества Ги Дебор выразил так: «чем больше человек созерцает, тем меньше он живет; чем больше соглашается признать себя в господствующих образах по-

требностей, тем меньше он понимает собственное существование и собственные желания. Внешний характер спектакля по отношению к человеку проявляется в том, что его собственные поступки принадлежат уже не ему самому, а тому - кто их ему представляет» [2].

Таким образом, идеология консьюмеризации и гедонизации по необходимости устанавливает свои правила чувствования и стратегии «управления эмоциями» (в терминологии А. Хохшильда) [7]. В качестве одной из таких стратегий можно рассматривать самые разнообразные техники научения удовольствию как формы «заботы о себе». Согласно М. Фуко это могут быть различные доступные средства, благодаря которым индивид сам или с помощью других воздействует на самого себя - на свое тело, мысли, душу так, чтобы достичь счастья, мудрости, совершенства [9]. Технологии себя, посредством которых осуществляется процесс субъективации (формирования собственной идентичности, собственного (со)знания), с одной стороны предполагают возможность свободного житнетворчества в модусе - я сам хозяин своей судьбы, сам распоряжаюсь удовольствиями, сам себе их устраиваю, как и когда хочу, с другой - совершенно очевидно подчинены внешнему контролю. Научение удовольствию в этом случае можно рассматривать как новую форму общественного контроля, предписывающего «правильное» выражения «правильных» эмоций. Ведущая роль в репрезентации публичных образов чувствования принадлежит сегодня масс-медиа. Так, современная реклама, мода, туризм, различные формы индивидуальных консультаций, рыночный глянец активно поощряют самые разные эмоции, и в первую очередь чувственные удовольствия и переживания. Как отмечает В. Тернер, «по существу мы имеем дело с организованным и расчетливым стремлением к наслаждению» [13, с.112]. В атмосфере появляющихся «рынков переживания», - так Г. Шульце определяет коммерциализацию человеческих чувств, - эмоции в целом и счастье в частности становятся частью всеобщей программы тотального потребления под навязчивым лозунгом «Стань счастливым!». В этой послышке как доминирующем этосе присутствует очевидный элемент принуждения, состоящий согласно П. Брюкнеру в том, что счастье «превращается в какой-то коллективный наркотик, который все

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

обязаны принимать в том или ином виде: химическом, духовном, психологическом, информационном» [1, с.16]. Совершенно очевидно, что речь идет о появлении особого эмоционального стиля, который предлагает новые способы для понимания и выражения современной эмоции счастья. Хотя мы и не ставим для себя такой глобальной задачи - реконструировать историческую, а тем более эпистемологическую траекторию счастья - все же следует подчеркнуть отличительность современного «прочтения» концепции счастья в сравнении с ее более ранними версиями, артикулированными, в частности, в философских и культурных системах эпохи античности.

Уже античный этико-философский дискурс не ставит под сомнение ценность практик удовольствия и избегания страданий как средств достижения счастья, но обосновывает необходимость контроля над наслаждениями. Так моральная философия Эпикура утверждала естественными и необходимыми ограничения удовольствий, подвергающих душу опасным волнениям - желания власти, славы, роскоши [8, с.19]. Истинное удовольствие, поэтому есть отсутствие телесных страданий - апония и невозмутимость души - атараксия. По сути, общим знаменателем античной мысли можно считать постановку вопроса об истинности удовольствий на основании тезиса о том, что они не должны оборачиваться болезнью, утратой радости, способности к наслаждениям. Важно, что призыв моральной философии античности к контролю над удовольствиями как условиями счастья не предполагал самооценности воздержания и умеренности, однако требовал ответственного участия самости в деле наслаждения. Любопытно, что сама культура античности, полисные ценности связывали концепцию счастья преимущественно с этикой гражданина, активности в публичной сфере. Так, например, в «Никомаховой этике» Аристотеля счастье - предельная тема именно политической науки. Аристотель особо подчеркивал значение понятия деятельности. Поскольку активность составляет сущность человека, то счастье - это добродетельная активность, а удовольствие - это переживание завершения активности, однако далеко не во всех ее формах - предпочтение отдается политической, научной, художественной, образовательной деятельной активности. «Мы можем сказать, - пишет И.

Свенцицкая, - что идеалом счастливой жизни было наличие семьи, определенной собственности (но не чрезмерного богатства), служба родному полису, легкая смерть и общественные почести. Такая жизнь не должна была вызывать зависти богов» [8, с.16]. Вместе с тем, идеал правильной (счастливой) жизни граждан и индивидуальные эмоциональные переживания могли не всегда совпадать, хотя и должны были оказывать друг на друга взаимное влияние.

В дальнейшем, концепция счастья становится все более индивидуалистичной - уже в упомянутой выше этике Эпикура обосновывается идеал счастья отдельного, частного человека, приближенный к реальной жизни. Нормативный режим Нового времени окончательно мобилизует представления о человеке как о деятельном существе, обреченном на счастье - мирское, светское, «простое человеческое», пусть и «отложенное» в его советской версии, а не как, к примеру, древнегреческий экстаз слияния с божеством, или религиозное спасение эпохи Средневековья. Этот режим основывается на принципе деятельности, согласно которому человек стремится достичь своего наивысшего удовольствия и уменьшить свои страдания; он же оформляет идею погони за счастьем, становящуюся в дальнейшем все более навязчивой, что вполне укладывается в логику современного общества, декларирующего вслед за античностью счастье как цель добродетельных поступков. Однако, если Сократ, Платон, Аристотель в качестве важнейших нравственных добродетелей рассматривали мужество, справедливость и умеренность, Фома Аквинский добавил к ним благоразумие, призванное контролировать желания субъекта, то культурным кодом добродетели модерна, напротив, провозглашается раскрепощение желаний, удовлетворение ничем не ограниченного собственного «Я». Д. Юм очень точно выразил ценностный смысл современного перехода к эпохе всеобщего счастья, из которого изгоняется аскетизм и где мораль связана с личным интересом. «Добродетель, - как указывает Юм, - сняла то скорбное платье, в которое ее рядили некоторые теологи и философы; она стала сама доброта, человечность, благодеяние и любезность, порой она игрива, шаловлива, весела. Она не ведет разговоров об аскетизме или излишней строгости, страдании или самоотречении. Она заявляет, что у нее только одна цель - делать

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

своих последователей, да и всех людей, как можно счастливее и радостнее в каждый момент их существования» [5, с. 13].

В таком контексте страдания, боль, старость, болезнь, бедность не соответствуют рациональному миропорядку современной культуры, поскольку именно счастье, молодость, здоровье, благосостояние выступают культурными кодами высококачественной жизни, репрезентированными дисциплинарными дискурсами рыночного общества либеральной демократии. Соответственно, все стороны жизни подвергаются пересмотру в современной системе координат активного человека, преобразующего мир в поисках своего благополучия, реализации «личного интереса» на основе «индивидуальных свобод» - свобод идеального потребителя, который может выбирать товары, людей, место, время, эмоции, лучше всего подходящие для удовлетворения его личных удовольствий. Так складывается современная модель репрезентации счастья, образы которого становятся повсеместными в той же массовой культуре. Особенностью актуальной конструкции счастья является не право на счастье, не сама возможность быть счастливым, а обязанность реализоваться в качестве такового. Соответственно, счастье приобретает характер вынужденной необходимости. При этом какие бы средства индивидом не были выбраны для достижения счастья - соматические, духовные, виртуальные, «исходная точка одна: успех обеспечен, если соблюдать определенные правила «позитивного поведения» и этические установки» [1, с.59]. Суть такого эмоционального кодирования сводится к тиражированию позитивных установок типа «ты достоин лучшего», «ты будешь счастливым», «помоги себе сам», «будь собой».

Описанные метаморфозы современной эмоциональной культуры позволяют заметить ее явно выраженную терапевтическую составляющую. Речь идет об активной артикуляции психологического знания и дискурса, встроенного в институты капитализма. Академический, медийный, литературный, кинематографический, поп-психологический дискурсы номинируют самые разные технологии - к примеру, тренинги по повышению самооценки, коучинг, литературу по регуляции эмоциональной жизни индивида, межличностных отношений, сценариев успеха и счастья. Таким образом, терапевтическая культура, по мнению одной из наибо-

лее авторитетных ее исследователей Эвы Иллуз, представляет собой специфическое ценностно-смысловое пространство, центральным кодом которого является психологизация эмоциональной жизни индивидов, интимной сферы с целью освобождения их от страданий; это пространство, соответственно, наполнено сценариями эмоционального благополучия, рецептами достижения счастья, инструментами диагностики здоровой любви, по сути, рационализирующими и объективизирующими сферу приватности. Как замечает Э. Иллуз «не только эмоции рекрутируются на службу экономического производства и область работы, но и чувства и сама частная сфера подвергаются рациональному управлению и переводятся на язык рыночной экономики» [6, с.179]. Развитие такого типа культуры, считает Э. Иллуз, стимулирует появление особого социального типажа - терапевтического Self. Это Self, ориентированный на настоящее, на инструментальное функционирование, рационально рассчитывающий вклад и выход; артикулированный в понятии «реализация себя» и уверенный в возможности жить без страданий - возможности, предлагаемой ему современным терапевтическим нарративом [6, с.179]. Задача терапевтического нарратива - помочь Self стать здоровым и счастливым, что в конечном итоге зависит от успешного акта понимания и осознания своих эмоций, страхов, психотравм. В результате Self становится ответственным за собственные эмоции и их регулировщиком, эмоциональным «подрядчиком» (в терминологии А. Хохшильда).

Таким образом, в ситуации терапевтической культуры восприятие личности/Self предопределено самоинтерпретацией, самоисследованием, самосовершенствованием, что делает индивида полностью ответственным за свою судьбу и счастье. Его настоящее, прошлое и будущее становится объектом приложения усилий и возможных изменений, требует эффективной «эмоциональной работы» - целенаправленных усилий, которые индивид предпринимает по контролю над собственными эмоциями и удовольствиями. Согласно А. Хохшильду эмоциональная работа - это прежде всего «управление чувствами, изображение публичного лица и телесная демонстрация» [7, с.74]. А. Хохшильд отмечает, что люди научились понимать свои чувства как «эмоциональный капитал» и относится к себе как к «эмоци-

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

ональным подрядчикам», которые должны инвестировать чувства с целью приобретения социального уважения [7]. При этом важно, что предписанная актуальной культурой демонстрация «счастливой самости», не допускает, к примеру, полноты, нетренированного тела, дурных привычек, плохого настроения, отсутствия жажды к жизни. Все это есть свидетельство эмоциональной некомпетентности, требующей немедленной коррекции и вмешательства со стороны консультантов в сфере профессиональных, личных, интимных проблем, отдыха, развлечений, обучения/переобучения, улучшения настроения, внешнего вида, отправления траура по близким, воспитания детей и прочих благ, циркулирующих на «рынке переживания». Все эти блага должны служить такой стилизации жизни, которая исключает или отодвигает угрозу невозможности достижения счастья.

Украинское общество является полноправным участником этой глобальной индустрии, производящей всевозможные «рецепты счастья», репрезентированные в соответствующих телевизионных проектах и шоу: если счастье - это выйти замуж за принца, то участвуй в шоу «Холостяк»; если счастье в том, чтобы стать звездой эстрады, - к нашим услугам широчайший спектр талант-шоу, как то «Голоса країни», бесконечное «Караоке на майдані», «Х-Фактор», «Україна має таланти»; если счастье в телесной привлекательности и здоровье, - шоу «Зважені та щасливі», «Я соромлюсь свого тіла» поделятся рецептом; если счастье сводится к деньгам, - можно принять участие в разнообразных телелотереях. Возможно потому для 27 % украинцев, по данным социологов, больше всего радости в жизни приносит просмотр телевизора, что значительно опережает радость от работы (20%) [10, с.8]. Визуальные медиа, в конечном итоге, оказываются весьма информативными в продвижении нормативной концепции счастья, предлагая зрителю уже готовый образ, который ему нужно просто запомнить и продемонстрировать. Зрителям регулярно разными телеканалами предъявляются одни и те же социальные типы, ценностные доминанты, моральные императивы, выстраивающиеся вокруг принципа материального благополучия, телесной привлекательности, чувства удовольствия и псевдооптимизма. Сам формат телешоу, участники которого устраи-

вают из своей личной жизни аттракцион, собирает у экранов миллионы зрителей и побуждает тысячи молодых людей обращаться на телевидение в поисках счастья. Не случайно социологи замечают, что на уровень счастья украинцев влияет состояние здоровья, личная интимная жизнь, наличие любимого человека, уверенность в завтрашнем дне и уровень материальной обеспеченности [10, с.8]. При этом украинское счастье предельно индивидуалистично, кажется, вполне доступным, достаточно лишь мобилизовать Self на исправление и избавление от страданий.

Вся культура общества потребления, пронизанная «заботой об удовольствии», в действительности имеет характер репрессивный. Конституирующие ее коммерческие нарративы - наружная реклама, телевидение, гляцевые журналы, производя публичные образы чувствования, на самом деле, дают лишь видимость эмансипации и одновременно воспроизводят «дисциплину чувств» как насилие над самостью. Свобода индивида редко простирается за границы установленного образа благополучной личности. При этом коды благополучия суть счастья достаточно гетерогенны: они могут быть связаны со здоровьем, богатством, красотой, комфортом, успехом. Важно, что применительно к счастью эти идиомы приобретает характер принуждения. По наблюдению П. Брюкнера принудительное счастье становится идеологией второй половины XX века, понуждающей рассматривать все с позиции приятности/неприятности; это навязанная нам эйфория, которая с позором изгоняет или брезгливо отстраняет всех, кто почему-либо ее не испытывает. Такая идеология предусматривает двойное обязательство: с одной стороны, превратить свою жизнь в рай, с другой - корить себя, если не можешь этого достичь [1, с.13]. Ведь этическим законом современного консюмеристического общества для индивида является требование непрерывно наслаждаться.

Вместе с тем, парадокс общества, основанного на концепции такого «принудительного» счастья очевиден - индивид пребывает здесь в специфическом экзистенциальном состоянии, пронизанном чувством тревоги, опасности не быть счастливым, не вписаться в установленный «эмоциональный режим». Отчего же терапевтический Self (эта эмоционально благополучная персональность, которая по определе-

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

ния должна быть оптимистичной, радостной, полной энтузиазма, позитивно настроенной, довольной, счастливой) испытывает чувство беспокойства? Отвечая на этот вопрос Р. Салецел, основываясь на известном тезисе Ж. Лакана и С. Жижека о проблематичности наслаждения по приказу, очень верно подмечает корень проблемы - наслаждение есть модус Реального, который является наиболее отчужденным от нас [3, с.124]. Действительно, коммерческие нарративы руководят сегодня выборами потребителей и создают тем самым мощный пресинг, требующий наслаждаться самым лучшим образом, например, быть самыми лучшими родителями, работниками, супругами. Р. Салецел приводит характерный совет из «Космополитена» о том, как лучше и эффективнее приблизиться к вожделенному наслаждению - нужно стать «самим собой, только лучшим» [3, с.125]. Именно этого требует культура потребления, принуждающая нас к постоянному наблюдению и «улучшению» самих себя. Реализуя это требование на практике, индивид обретает свою реальность вне себя - в предложенных социокультурных стандартах, типажах, образах «счастливой самости», которым его призывают соответствовать. Однако, вопреки всем медиа-советам беспокойство индивида только возрастает, причем источник беспокойства это уже не столько сомнения в возможности/невозможности соответствовать требованиям, исходящим от «Других», сколько сомнения своего внутреннего «Я» как эффекта терапевтической культуры.

Выводы

Как показало проведенное рассмотрение, содержание культурного кода счастья, контекстуальное актуальной действительности (и украинский социум здесь не исключение), выстраивается вокруг идеи о нем как самом главном нашем желании. Разумно задаться вопросом: что же парадоксального в данной этической установке? Ведь уже еще античная фило-

софия как было показано выше (особенно в версии эпикуреизма), провозгласила удовольствие принципом человеческой жизни, согласно которому добро (благо) идентифицируется с удовольствием, а зло - со страданием. Однако, в отличие от классического гедонизма, гедонизм современной культуры предельно расчетлив. Такой «расчетливый» гедонизм не просто поощряет рациональность, индивидуальную автономию и избавление от страданий, он калькулирует, рассчитывает «бизнес-план» максимизации удовольствий и минимизации страданий. На этом требовании основана культурная программа современного рыночного общества, производящего интенсивные практик удовольствия, раскрепощения желаний, что на деле не только не освобождает индивида, не делает счастливым, напротив, превращает его в манипулируемый и управляемый «узел желаний». «Счастливая самость» поддерживается сегодня в большей степени такими культурными технологиями как СМК, массовая культура, попсихологическая культура, и в меньшей степени идеологическими дискурсами.

Таким образом, в контексте потребительства вообще и коммерческой индустрии счастья, в частности, его идиомой становится принудительность. При этом счастье артикулируется как цель вполне достижимая и даже инструментальная, его можно измерить, оценить, если следовать предлагаемым рецептам, следовательно, оно нормативно, обязательно в репертуаре культурных компетенций современного индивида. Вот и приходится имитировать счастье, ведь мы помним, что сегодня у нас есть все права, кроме права не быть счастливым. В то же время из этого культурного императива следует очевидное противоречие: обязанность имитировать счастье есть причина многих экзистенциальных тревог, которые испытывает современный индивид, такой себе «счастливый раб».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брюкнер, П. Вечная эйфория: Эссе о принудительном счастье / П. Брюкнер [пер. с фр. Н. Мавлевича]. – Санкт-Петербург : Изд-во Ивана Лимбаха, 2007. – 240 с.
2. Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор – Москва : Логос, 2000. – 224 с.
3. Жеребкин, С. Нестабильные онтологии в современной философии / С. Жеребкин. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2013. – 350 с.
4. Жижек, С. 13 опытов о Ленине / С. Жижек. – Москва : Изд-во Ад Маргинем, 2003. – 243 с.
5. Лаваль, К. Человек экономический: Эссе о происхождении неолиберализма / К. Лаваль

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

- [пер. с фр. С. Рындина]. – Москва : Новое литературное обозрение, 2010. – 432 с.
6. Лернер, Ю. Траектория счастья в любви на постсоветском телеэкране / Ю. Лернер // Топография счастья: этнографические карты модерна. – Москва : Новое литературное обозрение, 2013. – 408 с.
 7. Неккель, З. Дизайн эмоций. Самоуправление чувствами как культуроведческая программа / З. Неккель // Социальные и гуманитарные науки. Отеч. и зарубеж. лит. Сер.11: Социология: РЖ. М. – 2006. – № 3. – С. 73–82.
 8. Свенцицкая, И. С. Счастье и горе у древних греков / И. С. Свенцицкая // Казус. Индивидуальное и уникальное в истории. – 2002. – Вып. 4. – С. 16–21.
 9. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко [пер. с фр. В. Наумова; под. ред. И. Борисовой]. – Москва : Ad Marginem, 1999. – 315 с.
 10. Що треба для щастя? // Країна. – 2014. – № 10. – С. 8–13.
 11. Элиас, Н. О процессе цивилизации: Социогенетические и психогенетические исследования. Т.1. Изменения в поведении высшего слоя мирян в странах Запада / Н. Элиас. – Москва : Санкт-Петербург : Университетская книга, 2001. – 332 с.
 12. Reddy, W. M. The Navigation of Feeling: A Framework for the History of Emotions / W. M. Reddy. – New York. – 2001. – 235 p. doi: 10.1017/cbo9780511512001.
 13. Turner, B. The Body and Society: Explorations in Social Theory / B. Turner. – Oxford : Blackwell, 1984. – 278 p. doi: 10.4135/9781446214329.
 14. Schulze, G. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart / G. Schulze. – Frankfurt am Main, 2005. – 521 p.

О. В. ХОДУС^{1*}

^{1*} Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпропетровськ), ел. пошта hodus2@ukr.net, ORCID: 0000-0001-9566-6128

ПРИМУСОВЕ ЩАСТЯ ЯК СУЧАСНИЙ СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ІМПЕРАТИВ

Мета роботи. В рамках статті зроблена спроба «прочитати» культурний код феномена щастя в актуальних соціальних обставинах. При цьому фокус дослідницького інтересу зосереджений переважно на специфічних особливостях сучасної культурної ситуації, яка визначає, в тому числі, й емоційну інфраструктуру життєдіяльності індивідів. **Методологія.** В якості евристичного ресурсу, що дозволяє осмислити транзит ціннісно-сміслових кодів феномену щастя, пропонується ряд концептів, запропонованих М. Фуко, Н. Еліасом, зокрема - «фігураційний баланс влади», «культура себе», «турбота про себе», «практики себе», «дискурс влади / знання». Така аналітична оптика дає можливість інтерпретації сучасної соціальної реальності як дискурсивного простору, просякненого візуальної естетизацією різноманітних емоцій, які легітимізовані знанням / владою. При цьому дисциплінарний дискурс не тільки кодифікує «правильний» образ емоцій, а й культурно кодує ієрархію цих «правильних» емоцій. **Наукова новизна.** Доводиться, що характерною рисою сучасності (наявної й в українських реаліях) є зміна статусу щастя, перетворення його в «нормативну» емоцію, яку індивідам слід відчувати і демонструвати. Іншими словами культ щастя стає домінуючим культурним імперативом, своєрідною повинністю, що затверджується в якості морального боргу. Стверджується, що «примусове щастя» є соціальним ефектом терапевтичної культури, яка раціоналізує емоційне життя індивіда, міжособистісні відносини, сценарії успіху і щастя. Обґрунтовується ключова роль культурних медіаторів - комерційних нарративів, інтенету, СМК в конструюванні та просуванні ідеології «примусового щастя». **Висновки.** Запропонований дослідницький підхід дозволяє деконструювати емоційний режим сучасності в аспекті проблематизації феномену щастя. Мова йде про те, що право на щастя, на приватні задоволення і турботу про себе як базові ідеї епохи Просвітництва трансформуються в культовий об'єкт колосальної індустрії в сучасному суспільстві споживання, життєздатність якого залежить від того, наскільки ефективно здійснюється споживання символічних благ. При цьому визначальною рисою сучасного ринкового суспільства стає інтенсифікація практик задоволення, звільнення бажань, що не в якому разі не тільки не еманіпує індивіда, не робить його щасливим, навпаки, індивід потрапляє в атмосферу постійної екзистенціальної тривоги, вираженої в почутті небезпеки не бути щасливим, не вписатися в установлений «емоційний режим».

Ключові слова: емоційний режим, примусове щастя, суспільство вражень, терапевтична культура, терапевтичний Self.

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

H. V. KHODUS^{1*}

^{1*}Oles Honchar Dnipropetrovs'k National University (Dnipropetrovsk), e-mail hodus2@ukr.net, ORCID: 0000-0001-9566-6128

FORCED HAPPINESS AS A MODERN SOCIO AND CULTURAL IMPERATIVE

Purpose. In this article is an attempt to "read" cultural code of the phenomenon of happiness in actual social circumstances. The research was primarily focused on the specifics of the contemporary cultural situation, which determines the emotional infrastructure of individuals' life. **Methodology.** The number of concepts that were proposed by M. Foucault, N. Elias, in particular - «configurationally balance of power», «culture of yourself», «take care of yourself», «practice of yourself», "the discourse of power/knowledge" are proposed as a heuristic resource that allows to comprehend the transit of value-semantic codes of the happiness phenomenon. Such analytical optics enable reading of contemporary social reality as a discursive space that permeated with visual aestheticization of various emotions, legitimized with knowledge/power. This disciplinary discourse not only codifies the "correct" expression of emotions, but also culturally encodes the hierarchy of these "correct" emotions. **Scientific novelty.** It is proved that a characteristic feature of current modernity (available in Ukrainian realities) is the change in happiness status, its transformation into "normative" emotion that individuals should feel and show. In other words, the cult of happiness becomes dominant cultural imperative, a duty, acting as a moral duty. It is argued that "the forced happiness" is a social effect of the therapeutic culture, which streamlines the emotional life of the individual, interpersonal relationships, scenarios of success and happiness. The key role of cultural mediators, commercial narratives (Internet, media) in the design and promotion of the ideology of "forced happiness" is justified. **Conclusions.** The proposed research approach allows deconstructing the emotional regime of modernity in the aspect of problematization the phenomenon of happiness. The idea is that the right to happiness, to private pleasure and self-care are the basic ideas of the Enlightenment and transformed into a cult object of enormous industry in the modern consumer society, the viability of which depends on the effectiveness of the symbolic goods consumption. Thus, the defining feature of the modern market society becomes the intensification practices of fun, the emancipation of desires that not only frees the individual, does not make him happy, and on the contrary, the individual exists in the atmosphere of constant existential anxiety, which is expressed in the sense of danger not to be happy, not fit within the "emotional regime".

Key words: emotional mode, forced happiness, society of experiences, therapeutic culture, therapeutic Self.

REFERENCES

1. Bryukner P., Mavlevich N. *Vechnaya eyforiya: Esse o prinuditel'nom schaste* [Eternal euphoria: an Essay on forced happiness]. Saint-Petersburg, Izdatel'stvo Ivana Limbaha Publ., 2007. 240 p.
2. Debora G. *Obshchestvo spektaklya* [The society of the spectacle]. Moscow, Logos Publ., 2000. 224 p.
3. Zhrebkin S. *Nestabilnye ontologii v sovremennoy filosofii* [Unstable ontology in modern philosophy]. Saint-Petersburg, Aletyya Publ., 2013. 350 p.
4. Zhizhek S. *13 opytov o Lenine* [13 experiments about Lenin]. Moscow, Izdatel'stvo Ad Marginem Publ., 2003. 243 p.
5. Laval K., Ryndin S. *Chelovek ekonomicheskii: Esse o proiskhozhdenii neoliberalizma* [Economic man: Essay on the origins of neoliberalism]. Moscow, Novoye literaturnoe obozreniye Publ., 2010. 432 p.
6. Lerner Yu. *Traektoriya schastya v lyubvi na postsovetskom teleekrane* [The trajectory of happiness in love on post-Soviet television]. *Topografiya schastya: etnograficheskiye karty moderna* [The topography of happiness: ethnographic map of modernism]. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye Publ., 2013. 408 p.
7. Nekkel Z. *Dizayn emotsiy. Samoupravleniye chuvstvami kak kulturovedcheskaya programma* [Design emotions. Self-management of feelings as a cultural program]. *Sotsialnye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura Seriya 11: Sotsiologiya: Referativnyy zhurnal* [Social Sciences and Humanities. Domestic and foreign literature Series 11: Sociology: Refereed journal]. Moscow, 2006, no. 3, pp. 73-82.
8. Svetsitskaya I.S. *Schaste i gore u drevnikh grekov [Happiness and distress among the ancient Greeks]. Kazus. Individualnoye i unikalnoye v istorii* [Incident. Individual and unique in history], 2002, issue 4, pp. 16-21.
9. Fuko M., Naumov V., Borisova I. *Nadzirat i nakazyvat. Rozhdeniye tyurmy* [Discipline and punish. The birth of the prison]. Moscow, Ad Marginem Publ., 1999. 315 p.
10. Shcho treba dlia shchastia? [What is necessary for happiness?]. *Kraina – Country*, 2014, no. 10, pp. 8-13.

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ І ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ

11. Elias N. *O protsesse tsivilizatsii: Sotsiogeneticheskiye i psikhogeneticheskiye issledovaniya. T.1. Izmeneniya v povedenii vysshego sloya miryan v stranakh Zapada* [About the process of civilization: socio-genetic and psychogenetic investigations. Vol. 1. Changes in the behavior of the higher layer of the laity in the West]. Moscow, Saint-Petersburg, Universitetskaya kniga Publ., 2001. 332 p.
12. Reddy W.M. *The Navigation of Feeling: A Framework for the History of Emotions*. New York, 2001. 235 p. doi: 10.1017/cbo9780511512001.
13. Turner B. *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Oxford, Blackwell Publ., 1984. 278 p. doi: 10.4135/9781446214329
14. Schulze G. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main, 2005. 521 p..

Статья рекомендована к публикации д. фил. н., проф. В. В. Хмелем

Поступила в редколлегию 23.11.2015

Принята к печати 02.12.2015