

**Тренды современного общества в оптике теории «общества переживаний»**

**Научный руководитель – Козловская Наталья Владимировна**

*Неделевская Илона Генриховна*

*Студент (бакалавр)*

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Факультет истории, коммуникации и туризма, Кафедра социологии и специальных социологических дисциплин, Гродно, Беларусь  
*E-mail: inrainbow21@gmail.com*

Характеризуя современное общество, многие исследователи в области социально-гуманитарных наук прибегают к использованию таких понятий, как «постиндустриальное общество», «общество постмодерна», а также ряду более конкретных понятий: «информационное общество», «общество знаний». В большинстве подобных понятий внимание акцентируется на развитии экономической и материально-технической сторонах общества и второстепенное значение приобретают его другие стороны. Однако в последнее время наблюдается рост интереса к изучению эмоциональной культуры современного человека, что определило появление ряда новых концепций - «общества переживаний» (experience society) и в его контексте «экономики переживаний» (experience economy), которые позволяют более полно эксплицировать специфику современного общества.

Проблематика «общества переживаний» как социокультурной теории наиболее четко была сформулирована в одноименной работе (1992 г.) немецкого социолога Герхарда Шульце, который и ввел понятие «общество переживаний» (Erlebnisgesellschaft). Примерно в то же время начинают интенсивно разрабатываться концепция «экономики переживаний», которая нашла свое отражение в работах Пайна и Джеймса Гилмора и концепция эмоционального труда, предложенная Арли Хохшильд.

В рамках «экономики переживаний» данную проблематику предвосхитил еще в 1970-х гг. Элвин Тоффлер, который в своей книге «Шок будущего» отметил ряд тенденций к «психологизации» экономики [2]. Теоретически концепция «общества переживаний» связана с еще более ранними исследованиями - теорией Ирвинга Гофмана, обратившего внимание на феномен театрализации профессий, и критикой Ги Дебора «общества спектакля», где он характеризует жизнь общества, в котором господствуют современные условия производства как необъятное нагромождение спектаклей [3].

В своей работе Герхард Шульце отмечает фундаментальную трансформацию современного общества в эмоциональном аспекте. В концепции «общества переживаний» Шульце эта трансформация отражается не только в изменении потребительских установок, но и во всей логике социального поведения.

Современный человек, потребитель, меняет характер своей «ориентации» с внешней (потребление утилитарных товаров и услуг) на внутреннюю, которой и является ориентация на переживание [3]. Собственную биографию индивид также рассматривает как проект «счастливой жизни», цель которого - наполнить жизнь впечатлениями. «Проживите свою жизнь» («Наслаждайтесь своей жизнью») - основной постулат теории. В «обществе переживаний» исходной установкой для индивида становится интенсивное наполнение своей жизни разного рода переживаниями, впечатлениями. В «обществе переживаний» подобная установка является основной характеристикой социального действия индивида, которое отличается новым типом рациональности, однако при этом оно может быть эксплицировано формулировкой целерационального действия Макса Вебера. В основе этого социального действия «лежит ожидание определенного поведения предметов

внешнего мира и других людей и использование этого ожидания в качестве “условий” или “средств” достижения своей рационально поставленной и продуманной цели» (Сувалко, 2013, с. 10). Следует отметить, что новая целевая дефиниция не отменяет старую (направленную «вовне»), но добавляет к этому целерациональную ориентацию вовнутрь, где субъект сам становится для себя объектом [3].

В рамках «общества переживаний» распространена индивидуалистическая установка, т. е. индивид сам выступает критерием успеха собственного действия. Впечатление, переживание в данном обществе выступает в качестве подтверждения собственной идентичности, гаранта своей уникальности [4]. В связи с этим индивид, ориентированный на переживание, сталкивается с рядом проблем: 1) конкретизация эмоционального намерения (человек точно не знает, чего он хочет); 2) выбор средства достижения поставленной цели (средства, посредством которых он может достичь того, чего он хочет, далеко не очевидны и не всегда работают) [5]; 3) интерпретация переживаний (вследствие сложности артикуляции пережитого и его оценки) [3].

Еще одна отличительная черта «общества переживаний» заключается в трансформации проблемы социального статуса. Если в потребительском обществе его демонстрация выступает как достаточно успешная стратегия поведения, то в «обществе переживаний» это не играет существенной роли, т. к. главной целью является решение тех проблем, с которыми сталкивается индивид наедине с самим собой [5].

Трансформации, связанные с «обществом переживаний», довольно обширны, и они касаются, в первую очередь, изменений экономической рациональности (концепция «экономики переживаний» Дж. Пайна и Дж. Гилмора). Кроме этого «общество переживаний» отражается в такой мощной индустрии современного мира как туризм и путешествия, в интенсификации процессов эстетизации и эмоционализации пространства (дизайн и креативность публичных пространств, предметов интерьера), эмоционализации труда (концепция эмоционального труда А. Хохшильд), а также в политической сфере.

В контексте данных тенденций происходит и трансформация в восприятии культуры, которая в целом рассматривается как самый мощный ресурс «экономики переживаний», инициирующему новые жизненные практики и новые паттерны поведения [1].

Кроме выделенных сфер, «общество переживаний» отражается и на индивидуальном уровне в выборе образования и профессии, в мотивах создания семьи и т. д. [5].

Таким образом, концепция «общества переживаний» фиксирует сложные культурные, социальные и экономические трансформации социума. Данная концепция не только задает новую эвристически продуктивную перспективу на современное общество, но и ставит перед исследователями в области социально-гуманитарных наук ряд новых проблем.

### Источники и литература

- 1) Колодий Н.В. Культура как ресурс экономики впечатлений // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. No.4. С. 94 – 102.
- 2) Тоффлер Э. Шок будущего. М. 2002.
- 3) Сувалко, А.С. Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств: препринт WP20/2013/05. М. 2013.
- 4) Čargonja H. Ambiguous Experience: A Contribution to Understanding Experience as Discourse // Studia ethnologica Croatica. 2011. No.23. С. 283 – 308.
- 5) ПостНаука: <http://postnauka.ru/faq/6214>.