

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ МЕСТА И РОЛИ ЭМОЦИЙ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ИМПРЕССИНГА<sup>1</sup>

**Викторова Елена Викторовна**

Кандидат педагогических наук, доцент, Пензенский  
государственный университет  
vikele@mail.ru

## SOCIO-CULTURAL ANALYSIS OF THE PLACE AND ROLE OF EMOTIONS IN THE FUNCTIONING OF IMPRESSING

**E. Viktorova**

*Summary:* In accordance with the trends in establishing the relationship between culture and the psyche, which have emerged in modern sociocultural knowledge, an analysis of the place and role of emotions in the structure of impressing has been undertaken. First, socio-cultural conditions and cultural prerequisites for the emergence of emotions in the structure of impressing are analyzed. Thus, emotions are positioned as a product of culture. Secondly, emotions are considered as one of the determinants of culture and, accordingly, one of the determinants of impressing as a sociocultural phenomenon.

*Keywords:* sociocultural influence, impressing, sociocultural environment, emotions, experience.

*Аннотация:* В соответствии с тенденциями установления взаимосвязи культуры и психики, наметившимися в современном социокультурном знании, предпринят анализ места и роли эмоций в структуре импрессиинга. Во-первых, анализу подвергаются социокультурные условия, культурные предпосылки возникновения эмоций в структуре импрессиинга. Эмоции при этом позиционируются как продукт культуры. Во-вторых, эмоции рассмотрены как одна из детерминант культуры и, соответственно, одна из детерминант импрессиинга как социокультурного феномена.

*Ключевые слова:* социокультурное воздействие, импрессиинг, социокультурная среда, эмоции, переживание.

### Введение

Тяготение современного социокультурного знания к рассмотрению культуры как продукта психики и психики человека как природно-культурного явления позволяет рассматривать импрессиинг,<sup>2</sup> последствия которого могут иметь не только личностное, но культурное и общественное значение, с социокультурной точки зрения.

Эмоции – это не только один из факторов возникновения импрессиинга, но и, по сути, база его психофизиологического механизма. Рассмотрение импрессиинга как социокультурного феномена обуславливает необходимость и социокультурного анализа места и роли эмоций в его структуре.

### Результаты исследования

Эмоции как предмет исследования заняли особое место не только в изучении взаимосвязи культуры и психики, но и в изучении социокультурных и социальных

процессов в целом – «социально-эмоционального мира» [27]. Ни одно явление социальной жизни не мыслится полноценно изученным без анализа его эмоциональных аспектов [19], что позволяет говорить, по выражению О.А. Симоновой, о том, что в этой части научного знания произошел «эмоциональный переворот» [15, с. 13]. Отмечается, что естествознание далеко продвинулось в изучении функционирования эмоций и теперь полученные знания необходимо осмыслить в контексте социальных и культурных явлений [15, с. 14]. При этом водораздел между психологическим и социокультурологическим изучением эмоций обозначен исследовательским принципом – анализ эмоций не только как универсальных биопсихологических реакций, но как исторически и социально изменчивых культурных явлений [15, с. 18].

В психологии эмоции понимаются как «отражение мозгом человека... какой-либо актуальной потребности (ее качества и величины) и вероятности (возможности) ее удовлетворения...» [14, с. 179]. Эмоции – это не следствие отражения значимости происходящего для субъекта – «ими эта значимость непосредственно оценивает-

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-29-14014 «Информационное воздействие на личность в условиях цифровизации культуры и образования как импрессиинг: риски и потенциал» (The reported study was funded by RFBR, project number 19-29-14014).

<sup>2</sup> Импрессиинг представляет собой информационное воздействие социокультурной среды, оказывающее на личность такое впечатление, результатом которого становится ее устойчивое стремление к определенному виду творческой деятельности [3, с. 254].

ся, они сигнализируют о ней субъекту» [4, с. 14]. При этом отношение к окружающему в эмоциях дано в непосредственной форме переживания [13], осуществляющегося до возникновения рефлексии, до осознания этого отношения [16, с. 268]. Это позволяет говорить об эмоциональных переживаниях в структуре импрессионга.

Основные эмоциональные переживания, свойственные человеку, представлены как собственно эмоции, чувства и аффекты. В случае с импрессионгом речь идет об эмоциях и чувствах, так как они в отличие от аффектов, которые представляют собой эмоциональную реакцию, возникающую как результат уже совершенного действия, предваряют процесс удовлетворения потребности, выражают смысл ситуации для человека. При этом эмоции – это непосредственное переживание отношений, в то время как чувства, связанные с представлением о каком-либо объекте, могут совершенствоваться, развиваться из непосредственных чувств до высших, относящихся к духовным ценностям и идеалам. Чувства в данном случае можно определить как эмоции, возникающие у человека на базе высших, социально детерминированных потребностей [12].

В социокультурном знании эмоции трактуются в различных аспектах, при этом общим является, признание двух концептуальных оснований такой трактовки. Во-первых, признание того, что эмоции суть физиологические реакции. При этом подчеркивается отличие эмоции от органических ощущений, состоящее в ее предметной отнесенности к чему-то внешнему, взволновавшему человека [17], например, к внешнему воздействию, как это происходит в процессе импрессионга. Во-вторых, акцентируется внимание на социокультурной природе эмоций, определяющей их социально-ситуативное и культурное значения – оценку значимости воспринимаемых объектов [22; 29].

Анализ места и роли эмоций в структуре импрессионга как процесса социокультурной природы может быть осуществлен двумя методами в соответствии с тенденциями установления взаимосвязи культуры и психики, наметившимися в современном социокультурном знании. Метод от общего к частному предполагает, что анализу подвергаются социокультурные условия, культурные предпосылки возникновения эмоций в структуре импрессионга. Эмоции при этом позиционируются как продукт культуры. Рассмотрение же эмоций от частного к общему предполагает, что эмоции – это одна из детерминант культуры, поскольку, согласно механизму импрессионга, возникая в критический период жизни человека и создавая благоприятную почву для внешнего воздействия, для возникновения впечатления, они становятся по сути одной из первопричин порождения творческой устремленности личности. И то, и другое направление

анализа представляется весьма продуктивным.

При рассмотрении эмоций от общего к частному в рамках социокультурного подхода речь так или иначе будет идти о социокультурной заданности эмоций. Эмоции предстают в данном случае в качестве «особых социокультурных практик», определенным образом вписывающихся в стоящие над человеком структуры социума и/или культуры [7, с. 198]. Эмоциональное переживание может быть рассмотрено как непосредственная внутренняя субъективная данность психического явления: человеческое сознание «погружено в бессловесное переживание мира как непосредственной данности» [6, с. 33]. Переживание протекает спонтанно, само собой, без усилий сознания, рефлексии [17, с. 166]. Такое представление о нем позволяет говорить, что первоначальные эмоциональные переживания, возникшие в момент импрессионгового воздействия на личность, носят также характер спонтанный, временный, т.е. носят характер некоего модуса, могущего перемениться в зависимости от социокультурных норм проявления эмоций в конкретных условиях.

При этом эмоции могут рассматриваться и как самодостаточное явление, и как некий атрибут базисных социокультурных процессов [7, с. 198]. В первом случае речь идет об «эмоциональных культурах» социальных общностей различного масштаба. Эмоциональную культуру составляют представления об эмоциях, образцы эмоционального поведения, нормативные контексты проявления эмоций, а также взаимосвязи эмоций между собой и с другими явлениями культуры, ее элементами (традициями, верованиями, обычаями, ритуалами и т.д.) [26; 29]. Если же рассматривать эмоции в их подчинении социокультурным процессам, то можно обнаружить множество вариаций их проявления. Эмоции могут выступать в качестве социальной функции, например, маркировать социальные статусы и роли, обеспечивать узнаваемость и ожидаемость социально-ролевого поведения [20; 21; 25]. Эмоции могут характеризовать культуру, ее переход с одного уровня на другой, например, от расторможенности и неконтролируемой свободы выражения любых эмоциональных проявлений – к самоконтролю и добровольным этикетным ограничениям в проявлении эмоций [18; 24]. Эмоции могут играть солидаризирующую роль, ложась в основу эмоциональных режимов, обеспечивающих социальную нормативность [8; 9; 15; 30]. Каким бы ни было конкретно-ситуативное предназначение эмоций, они постоянно включены в повседневное взаимодействие как «фреймы взаимодействия» – «эмоциональные фреймы» [21], ориентирующие личность через ее эмоциональное включение в верном восприятии статусов и намерений участников взаимодействия [2, с. 127], образуя таким образом своеобразный «беспорядочный порядок» [10].

Современное знание об эмоциях, формирующееся во взаимодействии психологии, социологии и культурологии, исходит из того, что наиболее продуктивным является рассмотрение эмоций в связи с конкретными социальными и культурными условиями, например, с бедностью, неравенством в доступе к благам и т.п. [15, с. 15]. Такой подход продуктивен и в отношении импрессионга, возникновение/невозникновение и содержание которого зависят и от эмоциональной культуры той социальной общности, в которой развивается личность, и от социокультурных свойств – обогащенности или обедненности – среды, порождающей импрессионговое воздействие. Многомерность эмоций определяется не только их сложной природой и функциональностью, но и существенными кросс-культурными различиями [15; 28; 29]. Таким образом, и восприятие эмоционального посыла в структуре импрессионгового воздействия, и характер эмоциональной реакции личности на него (идентификация, интенсивность, позитивность/негативность) непосредственно зависят от культурного контекста. Культура обуславливает обозначение эмоций, изменение их нормативности – допустимости/недопустимости той или иной эмоции, нормальности/ненормальности, важности/неважности вообще в целом или в конкретных социокультурных условиях, ситуациях [15]. Таким образом, подчеркнем статус эмоционального переживания в структуре импрессионга как социокультурного модуса – способа возникновения и протекания эмоции, детерминированного нормативностью социокультурной среды его возникновения, зависящего от множества свойств этой среды, а, следовательно, неустойчивого, подвижного.

Если рассматривать эмоциональные переживания методом от частного к общему, применяя при этом социокультурный подход к их анализу, то они предстают в качестве фактора, обеспечивающего устойчивое развитие социума и его эволюцию, в том числе культурную [7, с. 198]. В структуре импрессионга эмоция, безусловно, выполняет сигнальную функцию: она сигнализирует о значимости оказываемого в текущий момент на личность социокультурного воздействия и, таким образом, нацеливает личность на это воздействие (и/или взаимодействие). Как «интегральная» единица личности и среды [5; 13], переживание концептуально важно для понимания импрессионга, поскольку демонстрирует значимость последнего в индивидуальной жизни. Особая роль отводится ему в целостном контексте человеческой жизни – как значимому (душевному) событию, укорененному в индивидуальной истории личности [13]. Отталкиваясь от такого понимания переживания, можно говорить о том, что значимость воздействия среды как определяющего компонента импрессионга обусловлена прежде всего возникающим в его процессе переживанием, т.е. отношением личности к этому воздействию.

Кроме того, в структуре импрессионга эмоция выступает не просто фактором, но тем самым модусом, способом перехода от социокультурного воздействия к впечатлению и затем к ценности, которая в их результате формируется. Именно переживание, выражающееся в эмоциях непосредственно в процессе импрессионга, становится основой перехода временной эмоции-модуса в некую константу – в эмоционально-ценностное отношение, страстное устремление к какой-либо деятельности. Не случайно в современном философском представлении переживание наряду со смыслом составляет поступок [1] и предстает «актуальной, живой, событийной стороной духовного опыта» [17, с. 145], социального опыта [18]. При этом смысловая и эмоциональная составляющие такого страстного стремления в переживании сливаются в единое целое, примером чему являются любовь к познанию, страстное стремление к истине и т.п. Переживание, таким образом, это и некая душевная работа, деятельность, преобразующая ситуацию и самого субъекта. Можно говорить о том, что в импрессионге рождается другое более сильное и устойчивое эмоциональное переживание – чувство, которое связано с формирующейся ценностью и которое устремляет личность, испытавшую импрессионг к реализации этой ценности, к деятельности. Здесь уместно привести определение чувств, данное С. Гордоном, исследовавшим культурные факторы эмоциональной жизни. Он трактует чувства как «социально сконструированные паттерны ощущений, экспрессивных жестов и культурных значений, организованные вокруг отношений к социальному объекту» [22, с. 567]. И это отличает чувства, порожденные импрессионгом, от эмоций как его модусов, т.е. эмоций как реакций на осуществляемое воздействие.

Возникшие в результате импрессионга чувства создают готовность субъекта к конкретным действиям/деятельности: направляют мышление, ориентируют в социальном пространстве и, наконец, способствуют «закреплению» культурных ценностей и смыслов [23, с. 219]. О.В. Ромахи отмечает, что «культура в буквальном смысле становится структурированной демонстрацией эмоций», подразумевая, что в ней фиксируется и переплетается все созданное человечеством, в том числе и в эмоциональном смысле [11, с. 50]. Квинтэссенцией выражения этого феномена является, по мнению автора, художественная культура, которая вся есть «средоточие эмоциональных оценок действительности» [11, с. 51].

### Заключение

Таким образом, эмоциональные переживания являются социокультурным модусом импрессионга – проявлением импрессионга, временным (не постоянным) свойством, способом переживания, детерминированным социокультурными константами. Это некая культурно

и социально обусловленная форма, способ существования импрессиона. Эмоция как модус сигнализирует о значимости социокультурного воздействия. Но в импрессионе рождается другое более сильное и устойчи-

вое эмоциональное переживание – чувство, которое связано с формирующейся ценностью и которое устремляет личность, пережившую импрессион к реализации этой ценности, к деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. К философии поступка // М.М. Бахтин. Собрание сочинений. В 7 т. 1. М.: Русские словари, 2003. С. 7-86.
2. Бурак Т. Эмоции как социокультурный механизм структурирования повседневных интеракций // Трэці міжнародны кангрэс даследчыкаў Беларусі: Працоўныя матэрыялы. – 2014. – Т. 3. – С. 126 – 130.
3. Викторова Е.В. Социокультурный подход к анализу природы импрессиона // Знание. Понимание. Умение: Научный журнал Московского гуманитарного университета. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета. – 2016. – №1. – С. 253-262.
4. Вилюнас В.К. Основные проблемы психологической теории эмоций // Психология эмоций / Под ред. В.К. Вилюнаса,
5. Ю.В. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – С. 3-26.
6. Выготский Л.С. Психология искусства. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 480 с.
7. Галанина Е.В. Миф как реальность и реальность как миф: мифологические основания современной культуры. – М: Издательский дом Академии Естествознания, 2013. – 130 с.
8. Глебкин В.В. Эмоции как междисциплинарный феномен // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2010. – №9 (52). – С. 186 – 219.
9. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Соц. исследования. – 1991. – № 2. – С. 106-114.
10. Конт О. Дух позитивной философии. (Слово о положительном мышлении) / Перевод с французского И.А. Шапиро. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 256 с.
11. Маффесоли М. Околдованность мира или божественное социальное // Социо-Логос. – М.: Прогресс, 1991. – С. 274-283.
12. Ромах О.В. Эмоции в смысловом аспекте культурологии // Аналитика культурологии. – 2004. – №2. – С. 48 – 55.
13. Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. М.: Большая Российская энциклопедия, 1993 – 1999. – Т.1. 607 с.; Т.2. 669 с.
14. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2 т. Т. 1. – М.: Педагогика, 1989. – 488 с.
15. Симонов П.В. Информационная теория эмоций // Психология эмоций / Под ред. В.К. Вилюнаса, Ю.В. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – С.178-185.
16. Симонова О.А. Базовые принципы социологии эмоций // Вестник СПбГУ. Серия 12. – 2016. – Вып. 4. – С. 12-27.
17. Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности. – М.: Школа-Пресс, 1995. – 384 с.
18. Токарева С.Б. Проблема духовного опыта и методологические основания анализа духовности. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. – 256 с.
19. Элиас Н. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования. Т. 1, 2. – М., СПб.: Университетская книга, 2001. – Т. 1: 332 с.; Т. 2: 382 с.
20. Bericat E. The Sociology of emotions: Four decades of progress. Current Sociology. – 2016. – N 64 (3). P. 491–513.
21. Collins R. The Role of Emotion in Social Structure // Approaches to emotion. Hillsday, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1984. – P. 385-396.
22. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. – Garden City, New York: Doubleday Anchor Books, 1959.
23. Gordon S.L. The Sociology of Sentiments and Emotions // Social Psychology: Sociological Perspectives / eds M.Rosenberg, R.H.Turner. New York: Basic books, 1981. – P. 562–592.
24. Hochschild A. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling. Berkeley, University of California Press, 1983. – 327 p.
25. Holodynski, M., Friedlmeier, W. Development of Emotions and Their Regulation. – New York: Springer. – 2006.
26. Kemper T. A Social Interaction Theory of Emotions. – New York: Wiley, 1978.
27. Middleton D.R. Emotional Style: The Cultural Ordering of Emotions // Ethos. – 1989. – V. 17. – N 2. – P. 188-189.
28. Scheff T.J. Shame and the social bond: A sociological theory // Sociological Theory. – 2000. – N 18 (1). – P. 92–112.
29. Scherer K.R. What are emotions? And how can they be measured? // Social Science Information. – 2005. – N 44 (4). – P. 695–729.
30. Thoits P.A. The Sociology of Emotions // Annual Review of Sociology. – 1989. – V. 15. – P. 322-323.
31. Turner J.H., Stets J.E. The sociology of emotions. Cambridge: Cambridge univ. press, 2005.

© Викторова Елена Викторовна (vikele@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»