

SODOBNE OBLIKE ČUSTVOVANJA

POVZETEK

Medtem ko je v moderni družbi prevladovalo razumevanje čustev kot nasprotja kulturno visoko cenjeni racionalnosti, se danes čustvom pripisuje zelo pomembna funkcija v človeški komunikaciji tako v zasebni kot v javni sferi. Prispevek prikazuje osrednjo vlogo čustev v številnih ključnih pojavih in procesih v sodobnem družbenem življenju: spremembe v intimnosti, potrošnja in spreminjajoči se stili dela, pojav kiberprostora, gibanje holističnega zdravljenja. Na eni strani se odpirajo možnosti in pritisk k upoštevanju in kultiviranju svojih lastnih čustev, na drugi strani pa postajajo čustva brezglobinska, mehanična in standardizirana, prevsem kot posledica širitve in sprememb v storitvenem sektorju poznih kapitalističnih družb.

Ključne besede: moderna družba, čustva, potrošnja, stili dela.

Čustva kot tema klasične in sodobne sociologije

Sociologiziranje čustev je početje, ki se utegne zdeti (vsaj) nenavadno. Menim, da ne brez razlogov, seveda, če ga gledamo v luči prevladujoče racionalistične naravnosti zahodnega mišljenja. Zahodna tradicija je pogosto dajala prednost racionalnim pred emocionalnimi vidiki čivljenja. Podobno je epistemološka usmerjenost sociološkega "mainstreama" čustva potisnila na obrobje sociološko zanimivih tem. Sociologija kot nova disciplina se je razvijala ob pojmu racionalnega ekonomskega delovanja in ob pojmu racionalnega akterja. Načini delovanja, ki se niso prilagajali racionalnemu tipu, so bili pojmovani kot reziduumi oz. kot "posebni načini odzivanja in biti", ki ne zaslužijo resne znanstvene obravnave. Takšna "usoda" je doletela čustva in delovanje, osnovano na čustvih. K zanemarjanju emocionalnih dimenzij družbenega življenja je prispeval Max Weber, ki je afektivnemu delovanju podelil rezidualen status in mu ni namenjal večje pozornosti. Sociologija (z redkimi izjemami, na primer Georg Simmel) zato ni nikoli izdelala sociologije čustev, tako kot ni nikoli izdelala sociologije telesa.

V novejšem času je prišlo do pomembnih epistemoloških zasukov, ki kažejo novo zanimanje za zanemarjene topike družboslovja, npr. človeško subjektiviteto in identiteto, telo in spolnost, prehranjevalne prakse, zdravje ipd. (o čemer govorijo tudi prispevki v

tej številki revije). Posebej atraktivna topika družbenih ved postajajo v zadnjem desetletju tudi čustva in nekateri govorijo o t.im. "afektualni revoluciji" v družboslovju. Povečan družboslovni in sociološki interes za čustva je mogoče razumeti delno tudi kot izraz spremenjene vloge čustev v družbenem življenju zahodnih družb. Postavlja se, torej, vprašanje: za kakšne spremembe gre oz. kakšna je vloga čustev v zahodnih družbah poznega 20. stotetja?

Reafirmacija emocionalnosti v sodobnih zahodnih družbah

Izhajam iz teze, da je za visoko moderne zahodne družbe značilna afirmacija oz. (re)afirmacija emocionalnosti v družbenem življenju. Emocionalizem je, kot je ugotavljal že Max Weber, predstavljal eno od osrednjih načel strukturiranja življenja in kulture v tradicionalnih družbah, v modernih družbah pa je proces racionalizacije potisnil emocionalizem iz javne v zasebno sfero doma. V razsvetljenjskem projektu ustvarjanja racionalnega sveta je prevladujoča logika racionalizma odpravila vse, kar se ni ujemalo z načelom koristnosti, serioznosti, predvidljivosti, stalnosti, sistematičnosti, urejenosti, učinkovitosti – vključno s čustvi.

Pomen in vloga, ki sta ju razsvetljenska filozofija in moderna racionalna družba pripisali človeškemu razumu se v družbeni sedanjosti rušita. Konec zaupanja v idejo napredka, znanosti, tehnologije in v razum kot njihov skupni imenovalec, odpira nove možnosti afirmacije emocionalnosti v družbenem življenju (v zasebni in javni sferi). Na podlagi nekaterih kazalcev je mogoče ugotoviti, da je zahodne družbe zajel trend zanimanja za čustva in urejanje čustev. Čustva igrajo osrednjo vlogo v številnih procesih in trendih, ki označujejo razvite moderne družbe.

Za zahodne družbe lahko rečemo, da so zlasti od šestdesetih let tega stoletja dalje, ko je nastopila primerna intelektualna klima (napad na linearno logiko, racionalnost in kognicijo, seksualna revolucija), intenzivirale govor o čustvih. Čustva in načini njihovega urejanja so postali predmet neformalnih in institucionaliziranih oblik pogovora. "Priti v stik" s svojimi čustvi pridobi ključni pomen; osrednji element številnih sodobnih terapij postane polna katarzična ekspresija lastnih čustev. V visoko modernih družbah se od posameznika pričakuje, da čustvo imenuje in ga izrazi. Čustvo postane porok signifikantnosti političnega delovanja in dogodkov ter posameznikovega diskurza (radijski in televizijski novinarji ob pomembnih političnih dogodkih ljudi tipično sprašujejo o njihovih čustvih oziroma občutkih). Izražanje čustev je pogosto glavni politični dogodek in novica, kot je bilo, na primer, v primeru Margaret Thatcher – tipična naslovna vrsta se je glasila: *MAGGIE FURY AT LONRHO AFFAIR* (Daily Mail, 3 April 1989). Prikrivanje čustev (ali "stiff upper lip" – trda zgornja ustnica) v javni sferi, ki je dolga stoletja veljalo za "moško", za edino primeren vzorec vedenja in interakcije,

se je razrahljalo. Kot primer lahko navedemo Billa Clintona, ki se je pred javnostjo in pred kamerami razjokal ob smrti I. Rabina in ki se je v novejšem času opravičil pred ameriško javnostjo zaradi afere Lewinsky; člani kraljevske družine v Britaniji, znani po svoji tradicionalni zaprtosti in resnobi, so se, tudi po zaslugi odprte in sočustvujoče "srčne kraljice" Diane, oddaljili od toge zadržanosti (več odprtosti je Diana domnevno vnesla tudi med same tradicionalno hladne Britance, ki so se začeli zavedati svojih čustev in jih začeli izražati).

Po nizozemskem sociologu Casu Woutersu (1991) se je v zahodnih družbah druge polovice dvajsetega stoletja razrahljal družbeni nadzor nad vedenjem in čustvenim izražanjem, ki je dosegel svoj vrh v viktorijanski dobi. Ljudje, ugotavlja Wouters, lahko danes neposredno izrazijo vse večje število različnih čustev, vključno s tistimi, ki so bila še do nedavnega tabuizirana in strogo družbeno nadzorovana (npr. čustva povezana z nasiljem in spolnostjo). Posamezniki imajo bistveno večje možnosti za eksperimentiranje s čustvi, za iskanje meja lastnih sposobnosti upravljanja s čustvi. Povečano zavest o lastnih čustvih in čustvih drugih ljudi povezuje avtor z razširjeno in vse gostejšo mrežo medsebojne odvisnosti, torej z zmanjševanjem družbene in psihološke distance med ljudmi, ki ustvarja pritisk k pogostejšemu vzajemnemu upoštevanju emocionalnega življenja oseb. Individualen stil upravljanja čustev predstavlja po avtorju kriterij medsebojnega razlikovanja ter doseganja in vzdrževanja posameznikovega statusa, ugleda in samopodobe. Naraščajoči družbeni pomen individualnega upravljanja čustev spodbuja "radovednost glede tega, kaj natančno se upravlja, kako in zakaj."

V zadnjih letih se zavest o pomenu (izražanja) čustev "prebuja" zlasti pri moških, ki so v pogojih zaposlitve v industrijski družbi svoje lastne emocionalne kompetence prenesli na soproge (t.i. emocionalna odvisnost moških). Stari kliše "tough guy" ne velja več; namesto tega se vse bolj uveljavlja spoznanje o zatiralnih posledicah odtrganosti moških od lastne emocionalnosti in jezika čustev. Ugotovitve moškega gibanja (Middleton, 1992) in novejših raziskav (na primer, S. Metz-Göckel, U. Müller) kažejo, da moški vse bolj cenijo čustva kot izjemno pomemben del svoje subjektivitete in da si želijo naučiti se artikulirati in pokazati svoja čustva. Premike v zvezi z večjo svobodo emocionalnega izražanja moških v ZDA (te spremembe so zajete v pojem "sensitive guy") razkriva tudi M.S. Kimmel v svoji knjigi *Moškost v Ameriki: kulturna zgodovina (Manhood in America: A Cultural History)* iz leta 1996.

Povečano zavest o čustvih (lastnih, tujih) pri obeh spolih v družbeni sedanosti odkriva tudi A. Giddens (1992). V svoji razpravi o spremembah intimnosti govori o revolucionarnih spremembah v "emocionalnem redu", ki se kažejo v enakopravnosti emocionalnih (iz)menjav med heteroseksualnima partnerjema. Giddens ugotavlja, da sta danes partnerja pripravljena drug drugemu razkriti - v nasprotju s preteklim etosom romantične ljubezni, ki je temeljil na idealu čustvene ženske in nečustvenega moškega - svoja lastna čustva, se o njih pogovarjati in jih analizirati ter vzajemno reševati emocionalne težave (t.i. "demokratizacija čustev").

Zavest o čustvih, refleksijo o pomenu lastnih čustev in/ali (iz)menjav čustev spodbujajo nenazadnje tudi nove informacijske tehnologije, računalniške mreže ali Internet, kiberprostori in virtualna resničnost.¹ Na Internetu komunicira več kot 5.000 diskusijskih skupin ("newsgroups"), ki so označene kot Usenet. Cilj številnih diskusijskih skupin je ozdravitev raznih "bolezni", za katere literatura smatra, da zahtevajo terapevtsko zdravljenje (zasvojenost z delom, denarjem, nadzorom, hrano, spolnostjo, potrjevanjem, itd.). Cilj skupine, imenovane "alt.recovery.codependency", na primer, je posredovanje medsebojne pomoči pri emocionalnih težavah odraslih otrok staršev alkoholikov.² Ti ljudje imajo sindrom vedenja in čustev, ki je v ameriški kulturi oznažena kot "emocionalna bolezen". Diskusijske skupine na Internetu poskušajo ustvariti podporno, ljubeče in varno okolje za tiste, ki se smatrajo za odvisne in želijo komunicirati z drugimi s podobnimi težavami. Zdravljenje v tem prostoru poteka tako, da posameznik/ica deli svoja izkustva, moči in upanje z drugimi. Sporočila in zgodbe, ki si jih izmenjujejo člani so osebne, emocionalne narave; emocionalnost je v omenjeni skupini visoko vrednotena.³ Usenet tako ustvarja prostor za produkcijo emocionalnih zgodb o jazu, ki lahko ne bi bile povedane; z uporabo nove informacijske tehnologije kreirajo posamezniki nove (emocionalne) identitete, emocionalne odnose in življenja. V virtualnem svetu, prostoru upanja, vzajemne pomoči in zdravljenja se oblikujejo on-line moralne skupnosti s svojimi normami in svojim lastnim emocionalnim vokabularjem, smernicami za komuniciranje, rednimi uporabniki in voditelji, primernimi temami in kiberprostorskimi psihoterapevti (za številne ljudi, zlasti za kronično bolne in fizično pohabljenе lahko računalniške mreže rabijo kot pomembno "zdravilo" za življenje v vse bolj atomizirani in domnevno brezbrizni družbi) (Williams, 1998).

Kot so pokazali številni avtorji, na primer, P. Falk, C. Campbell, M. Featherstone in drugi, je afirmacija emocionalnih izkustev značilna tudi za sodobno potrošnjo. Potrošnja se danes vse bolj povezuje z razpoloženjem, čustvi, užitkom, erotično strastjo, hrepenenjem, željo; racionalni in instrumentalni vidiki potrošnje imajo v oglaših in v prostorih nakupovanja ter potrošnje vse bolj drugoten pomen. Osrednja vloga potrošnje v visoko modernih družbah prispeva k izginjanju puritanske etike, ki je poudarjala zmernost in asketizem, vse bolj pa se v družbenem življenju uveljavlja težnja k hedonizmu (emocionalnem, estetskem), afektivni sprostitvi, igri, zabavi, eksperimentu, vznemirjenju.

Emocionalne komponente življenja so postale osrednjega pomena tudi v sodobnih diskusijah o zdravju oziroma v gibanju "holističnega" zdravljenja. Zdravje je danes nenehno iskano (a redko doseženo) cilj, povezan s širšimi trendi v potrošni kulturi h kultivaciji telesa in jazu kot projektu ter naraščanju družbene refleksivnosti (Williams in Bendelow, 1996: 43). Pomen zdravja in bolezni se je v zahodnih družbah v zadnjih letih radikalno spremenil; vse bolj popularne postajajo holistične oblike zdravljenja, ki presegajo dualistično ontologijo. Zdravje se danes povezuje z "dobrim počutjem" in "dobrim videzom", ki temelji na ideji o "harmonični integraciji" telesa, razuma in čustev ter zadovoljujočih odnosih z drugimi ljudmi in družbo kot celoto. Diskurz alternativnega zdravljenja in številne holistične oblike terapije so tako afirmirali in postavili kot ključna emocionalna stanja oseb, torej tiste vidike, ki jih je "ortodoksna" medicina tradicionalno

pojmovala kot irelevantne in jih zanemarjala. Ustrezno upoštevanje čustev zato zahteva kritično preverjanje sodobne medicinske prakse in pristopov k človeškemu telesu (ibidem).

Skratka, v visoko modernih družbah se v primerjavi s preteklostjo vse večje število ljudi vse bolj zaveda vse večjega števila svojih lastnih in tujih čustev. Vse bolj postaja pomembno kaj in kako občutijo (oni sami in drugi), posebej pomembno pa postaja znanje o čustvih in načinih njihovega upravljanja. Zato ljudje čustva opazujejo, preiskujejo, o njih razmišljajo in jih analizirajo v neformalnih in institucionaliziranih oblikah diskurzov. Takšno reflektivno ukvarjanje s čustvi v zadnjih dvajsetih letih spremlja in vzdržuje množica "vodnikov", ki predstavljajo del splošne moderne reflektivnosti: institucionalne oblike ukvarjanja s čustvi (terapije, svetovanja); množična produkcija psihološke literature in svetovalnih priročnikov s področja emocionalnega življenja; časopisni podlistki o čustvenih težavah; diskurzi o stresu, pedagoški televizijski programi; televizijski filmi, drame in limonade.

Brezglobinska sodobnih oblik emocionalnosti

Tezo, da se je v visoko modernih družbah spet afirmirala čustvena komponenta, je smiselno dopolniti z vprašanjem o naravi sodobnih oblik čustvovanja. Tu izhajam iz teze o izgubi globlje komponente človeškega čustvovanja. Brezglobinska emocionalnega odzivanja in doživljanja je mogoče pojasniti s pogoji sodobnega družbenega življenja, ki zahtevajo od vse večjega števila ljudi sposobnost za fleksibilno (prilagodljivo) upravljanje lastnih čustev. Kot je pokazal sociolog E. Goffman, posamezniki v modernih družbah prilagajajo "prezentacije jaza" oz. svoj javni imidž zahtevam posebnih situacij, v katerih se nahajajo. Ljudje delujejo v različnih družbenih krogih in navezujejo različne stike in odnose, ki zahtevajo različne strategije in vzorce delovanja, vključno z različnimi oblikami primerne izražanja čustev. Sposobnost za pogajanje in (iz)menjave v različnih interakcijskih situacijah in z najrazličnejšimi ljudmi zahteva situacijsko-specifično urejanje čustev oz. sposobnost hitrega spreminjanja občutkov in čustev ter njihovega izražanja. Tedaj, ko postane ustvarjanje vtisov oz. prezentacija jaza (za osebne ali institucionalne namene in cilje) osrednje vprašanje, se izgubijo spontana in globlja čustva, aktualizirajo pa simulirane (hlinjene), mehanične, standardizirane, brezglobinske emocionalne oblike odzivanja. Skratka, pomembna postane racionalna izbira "pravega čustva" za "pravo priložnost".

Brezglobinska, standardizacija in rutinizacija emocionalnih (iz)menjav je značilnost sodobnih, k storitvam usmerjenih družb. Racionalnost maksimalizacije dobička in pogoji konkurence postavljajo pred storitvene delavce zahtevo po visoki stopnji prilagajanja potrebam strank. To zahteva od njih t.im. delo čustev (emotion work), ki ga A. Hochschild (1983) opredeljuje kot urejanje občutkov za ustvarjanje javno opazljivih obraznih in

telesnih izrazov; ljudje se, skratka, "vse bolj zavedajo spodbud k uporabi čustev" (ibidem: 198). Stevardese, na primer, morajo ustvariti 600 do 800 "srečnih" potnikov; prodajalke/ci morajo biti prijazne/i in vljudne/i do kupcev, vselej biti morajo nasmejane/i in zavzete/i; od strežnega osebja v McDonaldovih restavracijah se pričakuje smisel za humor in navdušenje; hostese v Disneyjevih parkih se morajo neprekinjeno smehljati gostom in druga drugi ter uporabljati vljudnostne fraze (Fineman, 1996), in še bi lahko naštevali. Storitveni delavci, skratka, simulirajo svoja čustva za dosego instrumentalnih ciljev, povezanih z vodilno logiko dobička. Zato tudi ni naključje, da narašča rafiniranost sodobnih družbenih tehnologij, izoblikovanih za komercializacijo človeških čustev. Tu sta pomembna dva vidika:

Podjetja v sodobnih zahodnih družbah organizirajo izobraževanja, tečaje in programe za usposabljanje za delo (Albrecht, 1988; Czpiel, Solomon in Surpremant, 1985) z namenom, da se zaposleni usposobijo za ustrezen emocionalni stil storitev, ki ustreza posameznemu podjetju.

Emocionalni stil storitev je pogosto podvržen zelo strogemu hierarhičnemu nadzoru, ki se razteza na same podrobnosti emocionalnega izražanja zaposlenih. Na primer, neka ameriška veriga supermarketov je razvila sistem nagrajevanja za primeren emocionalni stil storitev. Prodajalci/ke, ki prijazno postrežejo lačnega kupca, so nagrajeni z nagradami od 25 dolarjev do novega avtomobila (Fineman, 1993: 18). V petletni študiji šestih britanskih supermarketov sta E. Ogbonn in B. Wikinson leta 1990 ugotovila visoko stopnjo nadzorovanja emocionalnega izražanja prodajalcev. Nadzornik ene od trgovin je izjavil: "Povemo lahko, kdaj se uslužbenka ne smehlja ali celo, kdaj je njen nasmeh ponarejen... pokličemo jo v pisarno in se z njo pogovorimo" (cit. po Newton, 1996: 141). V McDonaldovih restavracijah ima strežno osebje pripeto značko, na kateri se nahajajo zvezde. Število zvezd kaže, kako je bilo ocenjen njihov odnos do strank in je povezano s plačilom in možnostmi napredovanja. Samo ocenjevanje pa temelji na kriterijih, kot je, na primer, pozdravljanje stranke, kjer so pomembni trije vidiki: 1. nasmeh, 2. prijazno, razločno in pristno pozdravljanje, in 3. gledanje stranki v oči. Osebje je ocenjeno na lestvici od 0 do 4, pri čemer pomeni 0 točk nezadovoljivo in 4 odlično (Newton, 1996: 191). Leta 1982 so v kampanji za povečanje prijaznosti zaposlenega osebja v šestih trgovinah Winn-Dixie V ZDA uvedli naslednjo prakso. Blagajničarke so imele na uniformah pripete dolarske bankovce. Kupec, ki ga/jo niso prijazno pozdravile, ali pa se mu/ji niso dovolj pristno zahvalile, je imel/a pravico vzeti dolarski bankovec. Blagajničarka, ki je izgubila preveč dolarjev, se je morala zagovarjati pred šefom (Hochschild, 1983: 149).

Takšen institucionalen nadzor nad čustvi prodajalcev (in drugih storitvenih delavcev) vodi (preko njihovega rutinskega sledenja predpisom in pravilom) k simuliranim človeškim odnosom, ki nadomeščajo bolj idiosinkratične, simbolne emocionalne (iz)menjave med prodajalci in kupci. K simuliranim interakcijam prispevajo po drugi strani, kot navaja G. Ritzer (1997: 226), tudi potrošniki, ki upoštevajo preizkušene in zanesljive družbene recepte (naučene ali tiste, ki so jih sami oblikovali na podlagi svojih

lastnih predhodnih izkustev) o "soočanjih" s strežnim osebjem (v "fast-food" restavracijah) in z drugimi storitvenimi delavci (na primer, prodajalci v nakupovalnih središčih). (Iz)menjave med obema stranema postajajo tako vse bolj rutinske, mehanične in brezglobinske.

Do izgube globine emocionalnega izkustva prihaja tudi v kiberprostoru. čeprav se s pomočjo Useneta na Internetu, kot smo že omenili, oblikujejo nove oblike skupnosti kot prostori emocionalnih (iz)menjav, upanja in vzajemne pomoči, so ta "elektronska čustva" v novem digitalnem svetu brezglobinska. Posameznika lahko zgodba, ki jo prebere ali odnos, ki ga razvije z neko osebo v kiberprostoru, nedvomno gane in vznemiri. Vendar pa gre pri takšni interakciji za netelesno naravo človeškega stika. Prav telesni stiki v resnični interakciji iz oči v oči pa so tisti, ki lahko ustvarjajo globino emocionalnega izkustva, toplino in razumevanje. Globoko ganjeni smo lahko samo na osnovi naših telesnih vezi z drugimi v resničnem svetu, v katerem bivamo. Samo v tem realnem prostoru, ne pa v virtualnem se lahko pojavi prava emocionalna intima, etika zaupanja in odgovornosti (Williams, 1998).⁴

Na brezglobinskost emocionalnega odzivanja v sodobnosti opozarjajo tudi nekatere razlage medijskih reprezentacij nasilja in vojnih grozot, ki jih gledalci dnevno spremljajo na televizijskih zaslonih. Nekateri avtorji ugotavljajo, da gledanje trpljenja in grozot ne povzroči intenzivnih in globljih emocionalnih odzivov, ampak da gledalci ostanejo relativno neprizadeti, emocionalno ravnodušni. So priče grozotam, pri čemer ne občutijo ničesar. K. Tester (1998) z naslonitvijo na Simmlovo razpravo o emocionalnih implikacijah življenja v modernih mestih ugotavlja, da televizija podobno kot moderna metropola nudi brezštevilne hitro spreminjajoče se nize dražljajev (podob), kar vodi k dejanskemu upadanju zmožnosti gledalca za njihovo razlikovanje in odzivanje nanje. Ravnodušna oseba doživlja vse stvari na enak način, vse stvari so mu enako dolgočasne, ne vredne, da se zaradi njih vznemirja. Ravnodušna oseba po Simmlu popolnoma izgubi občutek za vrednost, kvaliteto stvari; stvari ocenjuje glede na količino časa in truda, ki sta potrebna za to, da si jih pridobi. Dostop do televizijskih podob grozot in trpljenja zahteva malo časa in malo napora – podobe se pojavijo in izginejo s pomočjo preprostega giba roke. Ravnodušna oseba ne prepozna sveta kot polja delovanja ali skrbi, ki človeka vpleta vase, ampak kot dolgočasen problem "tam nekje", ki ga opazuje od daleč. Svet s svojim trpljenjem in grozotami postane abstrakcija. Podobno ugotavlja tudi S. Meštrovič (1997) v svojih analizah medijskih reprezentacij vojnih grozot na Balkanu: posamezniki so postali ravnodušni ob vojnih grozotah, ki jih gledajo na televizijskih zaslonih in o katerih berejo v časopisih; odzivajo se kvečjemu s simpatijo (naklonjenostjo žrtvam vojnega nasilja), niso pa zmožni živeti se v čustva drugih, zaradi česar tudi ne občutijo nikakršne obveznosti in odgovornosti. Meštrovič v svoji knjigi s pomenljivim naslovom Postemocionalna družba zagovarja tezo o post-emocionalni nezainteresiranosti oziroma ravnodušnosti. V sodobnih zahodnih družbah ob izginjanju Durkheimove kolektivne zavesti, možnosti kolektivnega vznemirjenja in nocije svetega izginjajo tudi spontana čustva, globljé emocionalno sočutje ali antipatija. Nadomestila so jih vnaprej paketirana,

standardizirana, inscenirana, umetna čustva, čustva, ki jih Meštrovíč poimenuje "post-čustva". Takšna čustva se povezujejo, na primer, s standardiziranimi praznovanji rojstvih dnevov, oporok, obletnic, itd. v programih McDonaldovih restavracij, z industrijo voščilnic, ki standardizirajo "prava čustva" za "prave priložnosti", z ženitvenimi posredovalnicami, ipd. Na podobne probleme sodobnih oblik čustvovanja opozarjajo tudi nekatere druge raziskave ameriških avtorjev. L. Irvine (1997), na primer, ugotavlja, da retorika emocionalne intenzivnosti in emocionalne pristnosti prikriva gojenje zmernih čustev pri Američanih. Drugače povedano, čeprav v popularni imageriji Američani pogosto nastopajo kot tisti, ki dajejo velik pomen pristinim in spontanim čustvom, dejansko razvijajo takšne tehnike upravljanja čustev, ki nadzorujejo in regulirajo čustva, predvsem pa emocionalno intenzivnost.

Čeprav je na podlagi številnih kazalcev mogoče govoriti o (re)afirmaciji emocionalnih dimenzij zasebnega in javnega življenja, o novem in vse bolj splošnem trendu zanimanja za čustva, o naraščajoči zavesti o (lastnih in tujih) čustvih in načinih njihovega upravljanja (pri obeh spolih), pa ta razvoj po drugi strani označuje standardizacija ali McDonaldizacija človeških čustev ter izguba globljih komponent čustvovanja.

OPOMBE

¹Kiberprostorí so tehnologije, ki simulirajo okolja, v katerih lahko ljudje vstopajo v medsebojne interakcije. To so mednarodne računalniške mreže (Internet), ki se opirajo na omejen obseg človekovih čutil, na eni strani, in bolj usklajeni medijski sistemi, kot je virtualna resničnost, na drugi strani.

²Na predsedniškem shodu demokratov leta 1992 je Bill Clinton javno oznanil svoj status odraslega otroka starša alkoholika. Po nekaterih podatkih bi naj bil Clinton spolni odvisnik.

³Lahko bi rekli, da imajo ženske, ki s svojimi moškimi partnerji niso uspešne, v »demokratizaciji čustev«, ki jo opisuje Giddens, potemtakem možnost, da v kiberprostoru spregovorijo o stvareh, ki jih njihovi moški partnerji v realnem življenju ne bi poslušali.

⁴Vendar v literaturi ni najti enotnih ugotovitev. Kot kažejo nekatere druge raziskave, vsebujejo televizijska sporočila jasne pozive glede primerne emocionalnega odzivanja ob soočanju s tragedijami, ki jih prikazujejo mediji. Trdijo, da imajo mediji ključno vlogo pri »javnem nadziranju zasebnega čustva.« Gledalci tako vendarle vzpostavijo neko vrsto osebne identifikacije s tragedijami, ki jih prikazuje televizija – delijo bolečino s trpečimi osebami in/ali občutijo strah pred tem, da se lahko tragedija zgodi tudi njim ali njihovim otrokom. Prav tako ni mogoče spregledati intenzivnih čustev (nacionalnih, patriotskih), ki jih vzbuja gledanje televizijskih prenosov športnih dogodkov.

LITERATURA

Albrecht, K. (1988). *At America's Service: How Corporations can Revolutionize the Way they Treat their Customers*, New York: Praeger.

Czpiel, J.A., M.R. Solomon, C.F. Surprenant (1985). *The Service Encounter*, Lexington, MA: Lexington Books.

Fineman, S. (1996). "Stress, Emotion and Intervention", v: T. Newton: *Managing Stress. Emotion and Power at Work*, London et al.: Sage Publications, str. 120-135.

Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Cambridge: Polity Press.

Irvine, L. (1997). "Reconsidering the American Emotional Culture: Co-dependency and Emotion Management", *Innovation, The European Journal of social Sciences*, 10, 4, December, 1997, str. 345-360.

Hochschild, A. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley, University of California Press.

Meštovič, S. (1997). *Postemotional Society*, London: Sage Publications.

Middleton, P. (1992). *The Inward Gaze. Masculinity & Subjectivity in Modern Culture*, London and New York: Routledge.

Newton, T. (1996). *Managing Stress. Emotion and Power at Work*, London et. Al: Sage Publications.

Ritzer, G. (1997). *Postmodern Social Theory*, McGraw-Hill, A Division of The McGraw-Hill Companies.

Tester, K. (1998). "'Bored and Blasé': Television, the Emotions and Georg Simmel", v: G. Bendelow in S.J. Williams (ur.), *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues*, 1998, str. 83-96.

Wounters, C. (1991). "On Status Competitions and Emotion Management"; *Journal of Social History*, 24, 4, str. 699-717.

Williams S.J. (1998). "Emotions, Cyberspace and the "Virtual" Body: A Critical Appraisal", v: G. Bendelow in S.J. Williams (ur.), *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues*, 1998, str. 120-134 in 226.

Williams, S.J., Bendelow, G. (1996). "Emotions, Health and Illness: the Missing Link' in *Medical Sociology?*", v: V. James in J. Gabe (ur.), *Health and the Sociology of Emotions*, Blackwell Publishers/Editorial Board.