

Sociologia emoțiilor: teorii culturale

Septimiu Chelcea
Universitatea din București

Majoritatea sentimentelor sunt de origine socială.
Vasile Pavelcu, 1936

Fără îndoială, există o logică a sentimentelor.
Maurice Halbwachs, 1947

The aim of this overview text is to signal the emergence and structuration of a new field of study in the landscape of social and human sciences : the sociology of emotions. The text presents the main concepts and dichotomies in the sociological treatment of emotions and the main cultural theories of this field. Finally, the common elements of these are laid out. I suggest the possibility to treat sympathy through the theory of prosocial behavior theory and I suggest that the analysis of "emotion labor" is very productive for the social context of Romania.

În ultimele trei decenii s-a cristalizat un nou domeniu de cercetare în știința despre traiul laolaltă al oamenilor – sociologia emoțiilor*. Theodore D. Kemper (1990, 3-4), profesor de sociologie la St. John's University, cofondator al domeniului, consideră că anul 1975 reprezintă momentul de demarcație a sociologiei emoțiilor în cadrul sociologiei : atunci Arlie Russell Hochschild a publicat studiul *The Sociology of Feeling and Emotion* ; tot atunci profesorul Thomas J. Scheff a organizat la adunarea de la San Francisco a

Asociației Americane de Sociologie prima conferință pe tema emoțiilor ; în același an, Randall Collins a demonstrat în lucrarea *Conflict Sociology* că emoțiile au un loc central în microdinamica stratificării sociale.

Au apărut apoi, într-un interval scurt, lucrările *A Social Interactional Theory of Emotion* (Kemper, 1978) și *Chatarsis in Healing. Ritual and Drama* (Scheff, 1979). După două decenii s-au publicat volumele de sinteză, *Emotion, Social Theory, and Social Structure. A Macrosociological Approach* (Barbalet, 1998) și *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues* (Bendelow, 1998). În prezent, numărul studiilor și volumelor consacrate sociologiei emoțiilor, în general, și al emoțiilor sociale, în special, este impresionant.

Lucrarea *The Sociology of Emotions* (2005), editată de Jonathan H. Turner,

* În această lucrare, folosesc termenul „emoție” în sensul consacrat în literatura de specialitate anglo-americană, unde, de cele mai multe ori, termenul *emotions* (lat. *emovere*) este utilizat ca un „concept-umbrelă”, intrinsec fuzzy, echivalent semantic cu termenii *feeling* și *affect*.

profesor de sociologie, și Jan E. Stets, profesor de psihosociologie, ambii la University of California, prezintă un bilanț al cercetărilor teoretice și empirice în sociologia emoțiilor, grupate în jurul principalelor paradigme din sociologia contemporană (interacționismul simbolic, dramaturgia, schimbul social etc.).

Ca urmare a interesului crescut pentru studierea sociologică a emoțiilor, în 1986 s-a constituit o secție de „Sociologie a emoțiilor” în cadrul Asociației Americane de Sociologie, iar în 1989, din inițiativa profesoarei de sociologie Lynn Smith-Lovin de la Cornell University, revista *Social Psychology Quarterly* a consacrat un număr special abordării interdisciplinare a emoțiilor. În 2001 apare primul număr al revistei trimestriale *Emotion*, avându-i drept coeditori pe Richard J. Davidson și Klaus R. Scherer. În editorialul acestui prim număr se spune: „Noi intenționăm ca *Emotion* să fie un forum central pentru cele mai bune cercetări despre emoții, indiferent de perspectivă sau tradiție de cercetare” (Davidson și Scherer, 2001, 3). În numerele apărute până acum s-au publicat numeroase studii de sociologie a emoțiilor.

În iunie 2001 a avut loc la Amsterdam un important Congres internațional cu tema „Feelings and Emotions”, la care și-au adus contribuția unii dintre cei mai renumiți specialiști în domeniu: John T. Caciopo, Candace Clark, Antonio R. Damasio, Paul Ekman, Nico H. Frijda, Klaus R. Scherer, Peggii A. Thoits, Robert B. Zajonc etc. Comunicările lor au fost grupate în volumul *Feelings and Emotions: The Amsterdam Symposium*, editat de Antony S.R. Manstead, Nico H. Frijda și Agneta Fischer (2004). În prezent, Societatea Internațională pentru Cercetarea Emoțiilor desfășoară o intensă activitate pentru impunerea academică a acestui subdomeniu al sociologiei (a se vedea seria de publicații „Sociology of Emotions” coordonată de Theodore D. Kemper).

Sociologia emoțiilor se regăsește în curricula unor departamente de sociologie din marile universități americane, în care funcționează și laboratoare de studiu al emoțiilor, iar termenul ca atare figurează în

enciclopediile internaționale de științe socio-umane (vezi N.J. Smelser și P.B. Baltes, (eds.) *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2001, 4477).

Antinomii în abordarea sociologiei emoțiilor

Theodore D. Kemper (1990, 3-23), profesor de sociologie la St. Johns's University (SUA), a organizat discursul privind sociologia emoțiilor pe baza mai multor antinomii, pe care le voi rezuma în cele ce urmează.

Abordarea la nivel microsociologic versus abordarea la nivel macrosociologic. Sociologia a debutat prin analiza societății ca întreg și a instituțiilor ei fundamentale: familia, economia, religia etc. Marii gânditori, precum Auguste Comte, Saint-Simon, Karl Marx, Émile Durkheim, Herbert Spencer, Georg Simmel, Karl Mannheim, Charles H. Cooley și George H. Mead – citați în această ordine de Theodore D. Kemper (1990, 5) – au adus contribuții majore în plan macrosociologic, dar și în plan microsociologic. Lista sociologilor de referință cu contribuții la constituirea unei sociologii a emoțiilor ar putea include și alte nume, ca: Max Weber, Helen Lynd, Erving Goffman.

În timp, odată cu aprofundarea cunoașterii sociologice, s-au produs o specializare și o segmentare a sociologilor, orientarea macrosociologică contrapunându-se, oarecum artificial, celei microsociologice.

Metodele cantitative versus metodele calitative. Și această dihotomie mi se pare contraproductivă. Teoria „controlului afecțelor” elaborată de David R. Heise și Lynn Smith-Lovin (1977) constituie un foarte bun exemplu de abordare cantitativ-calitativă a emoțiilor. Totuși, s-au adus contribuții, deloc nesemnificative, apelându-se doar la metodele calitative (Clark, 1990; Hochschild, 1975; Thoits, 1989).

Orientarea pozitivistă versus orientarea antipozitivistă a studiilor. Dezbateră mai veche asupra științelor socioumane a condus la regruparea în prezent, pe poziții opuse, a

celor care încearcă să cerceteze emoțiile în mod obiectiv, considerând obiectul lor de studiu ca „lucruri”, și a celor care consideră că studiul emoțiilor nu poate fi realizat dacă nu se are în vedere interpretarea pe care o dau indivizii acestor fenomene. Orientarea pozitivistă presupune cercetarea cantitativă, după modelul științelor naturii. Theodor D. Kemper (1987), care ia în considerare în primul rând elementele fiziologice subiacente ale emoțiilor și funcția adaptativă a acestora, este unul dintre cei mai reuți reprezentanți ai orientării pozitiviste în cercetarea din domeniu. Pe cealaltă poziție (antipozitivistă) se situează Norman K. Denzin (1990, 86).

Interesul pentru managementul emoțiilor versus interesul pentru explicarea emoțiilor. Studiile care au ca scop găsirea modalităților emoționale optime în relațiile interpersonale se bucură de popularitate. Cele mai multe dintre ele sunt asociate orientării antipozitiviste, în special interacționismului simbolic (Clark, 1990 ; Gordon, 1981 ; Hochschild, 1975 ; Thoits, 1989). Considerarea emoțiilor ca fiind construite social implică faptul că ele pot fi manageriate, că anumite componente ale lor (de exemplu, etichetarea) pot fi controlate și schimbate de către indivizi fie în plan comportamental, fie în plan cognitiv. Prin contrast, există studii, nu mai puțin valoroase, care au ca scop explicarea emoțiilor, nu și managementul lor.

Interesul pentru predicția emoțiilor versus interesul pentru descrierea emoțiilor. Este de la sine înțeles că primele studii asupra emoțiilor s-au limitat la descriere și la formularea unor enunțuri cu valoare de adevăr privind fenomenul supus cercetării. Pe măsura acumulărilor teoretice, unii cercetători (Clark, 1990 ; Collins, 1981 ; Gordon, 1981 ; Hochschild, 1975 ; Kemper, 1987) și-au propus în mod explicit să construiască modele pentru predicția emoțiilor.

Abordarea biosocială versus abordarea social-construcționistă a emoțiilor. O problemă de mare interes în sociologia emoțiilor o constituie determinarea influenței factorilor fiziologici în producerea fenomenului. Este o problemă mai generală a sociologiei (orga-

nicismul *versus* sociologismul). Dezbaterea asupra acestei probleme a renăscut odată cu apariția sociobiologiei (Wilson, 1975). Nimeni nu se îndoiește că emoțiile au un substrat biologic ; probleme apar când se pune întrebarea cât de important este acest substrat. Experimentele lui Stanley Schachter și Jerome Singer (1962) sugerează că substratul fiziologic are un rol relativ lipsit de importanță, factorul cognitiv fiind determinant, dar unele cercetări moderne (Gordon, 1990 ; Kemper, 1981, 1987) pun la îndoială această concluzie.

Analiza gender în studiul emoțiilor. Față de cercetările mai vechi în care factorul gender (genul social) apărea sub forma comparării datelor după sex (masculin/feminin), studiile moderne, sub influența mișcărilor feministe, renunță la explicațiile de tip biologic (rolul hormonilor) în emergența emoțiilor, concentrându-se asupra constrângerilor sociale și culturale responsabile de emoționalitatea crescută a femeilor comparativ cu bărbații. Sunt repuse în discuție relațiile dintre organizarea socială, comunitate, familie și trăirile emoționale (Denzin, 1990 ; Hochschild, 1983, 1989 ; Thoits, 1990).

Economia politică a emoțiilor. Mulți sociologi consideră că modul de producție constituie elementul central pentru înțelegerea vieții sociale, deși se îndoiesc de valabilitatea pretenției ideologiei marxiste de a explica toate fenomenele vieții sociale prin forțele și relațiile de producție. Arlie Russell Hochschild (1983, 1989) a utilizat cu succes concepte din economia politică în analiza emoțiilor, mai precis în studiul muncii emoționale a femeilor. Parafrazându-l pe Karl Marx, care spunea, în *Optprezece Brumar al lui Ludovic Bonaparte*, că „oamenii își făuresc ei înșiși istoria, dar și-o făuresc nu după bunul lor plac și în împrejurări alese de ei, ci în împrejurări care există independent de ei, împrejurări date și moștenite din trecut. Tradițiile tuturor generațiilor moarte apasă ca un coșmar asupra minților celor vii” (Marx, 1852/1960, 119), Norman K. Denzin (1990, 85) afirmă : „Emoțiile și trăirile (*experiences*) generațiilor anterioare apasă conștiințele și viețile fiecărei generații care urmează”. Sub

acest moto, Norman K. Denzin a examinat modul în care produsele culturale (filmele despre alcoolici) influențează emoțiile.

Din cele arătate de Theodore D. Kemper (1990) rezultă că, până în urmă cu două decenii sociologia emoțiilor urmărea, în principal, descifrarea relației dintre structura socială și instituțiile sociale (nivelul macrosocial), pe de o parte, și emoții, pe de altă parte. Ar mai fi de remarcat că antinomiile macrosocial vs. microsocioal, cantitativ vs. calitativ și pozitivism vs. antipozitivism au marcat evoluția gândirii sociologice, nu doar reflecția despre sociologia emoțiilor.

Teoriile sociologice ale emoțiilor

Multitudinea teoretizărilor emoțiilor din perspectivă sociologică a condus la necesitatea grupării contribuțiilor din domeniu. Astfel, Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 23-25) propun luarea în considerare a următoarelor clustere :

1) *Sociologia dramaturgică și teoriile culturale* aserțează că trăirile emoționale sunt ghidate de norme culturale în ce privește atât intensitatea, cât și exprimarea lor în diferite situații concrete (Goffman, 1959, 1961, 1967, 1971, 1983; Gordon, 1981, 1989, 1990; Hochschild, 1979, 1983, 1990; Rosenberg, 1979, 1990, 1991; Thoits, 1985, 1990; Clark, 1987, 1990, 1997).

2) *Teoriile despre ritualuri* subliniază importanța proceselor care sincronizează ritmic răspunsurile comportamentale interpersonale și rolul energizant al emoțiilor în sporirea coeziunii grupului (Durkheim, 1912; Collins, 1975, 1981, 2004; Szmmmer-Effler, 2002, 2004).

3) *Teoriile interacționismului simbolic* se axează pe identități și pe „self-conceptions” ca elemente de reglare a comportamentelor, considerându-se că indivizii tind să conserve și să susțină „self-conceptions” în diferite situații : când persoanele reușesc să reafirme „self-conceptions” sau propria identitate, atunci trăiesc emoții pozitive ; în caz contrar, trăiesc emoții negative (Mead, 1938 ; Cooley, 1902 ; Shott, 1979 ; Braithwaite, 1989, 2001 ;

Stryker, 1980, 1987, 2004 ; Mc-Call și Simmons, 1978 ; Ellestad și Stets ; Burke, 1991, 1996 ; Heise, 1977, 1979, 1989 ; Higgins, 1987, 1989 ; Carver și Scheier, 1990, 1996, 1998).

4) *Teoriile interacționismului simbolic care încorporează ideile psihanalitice* adaugă perspectivei interacționismului simbolic analiza mecanismelor psihice de apărare a sinelui în condițiile în care „self-conceptions” nu se confirmă, precum și modificarea trăirilor emoționale în astfel de situații (Freud, 1900 ; Scheff, 1988, 1990, 2003 ; Turner, 2002 ; Tangney, 1995, 2002).

5) *Teoriile schimbului* au în vedere faptul că emoțiile reprezintă un tip de resurse pe care indivizii le schimbă în interacțiunile sociale, urmărind obținerea unui anumit profit : când indivizii nu obțin recompensa pe care o așteptau, atunci resimt într-o măsură mai mare sau mai mică emoții negative (Homans, 1961, 1974 ; Blau, 1964 ; Emerson, 1962, 1964, 1972 ; Cook, 1978 ; Molm, 1987, 1997 ; Lawler și Yoon, 1993, 1998 ; Jasso, 1980 ; Lawler, 2001).

6) *Teoriile structurale* pun în evidență faptul că poziția indivizilor în structura socială asigură putere și prestigiu : când răspunsurile celorlalți confirmă poziția socială, atunci ocupații respectivelor poziții din structura socială resimt emoții pozitive, în caz contrar, resimt emoții negative (Kemper, 1978, 1980 ; Thamm, 1992, 2004 ; Markovsky și Lawler, 1994 ; Berger, 1988, Ridgeway, 1978, 1994 ; Lovaglia și Houser, 1996 ; Shelly, 2004 ; Barbalet, 1998).

7) *Teoriile evoluționiste* se concentrează asupra evoluției emoțiilor pe baza selecției naturale și asupra modului în care interacționează mecanismele biologice de producere a emoțiilor cu formațiunile socio-culturale (Wentworth, 1992, 1994 ; Turner, 1999, 2000 ; Hammond, 1983, 1990, 1999, 2004).

Teoriile culturale ale emoțiilor

Prin forța lucrurilor, voi schița în continuare doar elementele de bază ale principalelor „teorii culturale” care ne ajută să înțelegem mai bine natura socială a emoțiilor.

Teoria lui Theodore D. Kemper despre emoțiile primare și emoțiile secundare

Profesorul de sociologie de la St. John's University a prezentat în lucrarea, de acum clasică, *A Social Interactional Theory of Emotions* (Kemper, 1978) o teorie cunoscută sub numele de „teoria putere și status”.

Ideea de bază a acestei teorii este că „o foarte largă clasă de emoții rezultă din consecințele interacțiunilor sociale actuale, imaginare sau reamintite” (Kemper, 2002, 54). Conform teoriei putere și status, majoritatea emoțiilor își au originea în relațiile sociale care se desfășoară pe baza distribuirii puterii și statuturilor. La nivelul indivizilor și al grupurilor sociale, schimbările relative ale puterii (autorității) și ale statutului (prestigiului) generează după caz, emoții pozitive (satisfacție, încredere în sine, securitate etc.) sau negative (anxietate, frică, pierderea încrederii în sine etc.).

Theodore D. Kemper (1978, 1984, 1990) a luat în considerare trei tipuri de emoții : a) „emoții structurale”, raportate la puterea și statutul indivizilor și grupurilor în structura socială ; b) „emoții situaționale”, legate de schimbările la nivelul puterii și statutului în cursul interacțiunii dintre indivizi și grupuri ; c) „emoții anticipative”, produse de expectanțele privind puterea și statutul.

Așa cum remarcau Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 216), emoțiile anticipative joacă un rol central în modelul propus de Theodore D. Kemper, unul dintre pionierii sociologiei emoțiilor. Este logic să presupunem că persoanele care au înregistrat o pierdere a statutului (reducerea prestigiului, a respectului din partea celorlalți) și consideră că insuccesul comportamentului lor se datorează acestei pierderi de status trăiesc mai mult sau mai puțin intens emoțiile de rușine sau de jenă și, la limită, chiar o stare de depresie. Dinamica emoțiilor, în perspectiva pierderilor de putere sau de status, este foarte subtilă. Dacă individul se așteaptă să acceadă la un status ridicat, dar expectanța sa nu se realizează, emoțiile resimțite pot fi de rușine

(dacă își autoatribuie eșecul) sau de furie (dacă atribuie altora cauza insuccesului).

Din interacțiunea dintre indivizi și grupuri cu statusuri și putere egale sau diferite rezultă patru emoții primare : furia (prin pierderea de status), frica (prin pierderea de putere), tristețea (prin pierderea iremediabil de status), plăcerea (prin creșterea statutului). Dacă în interacțiunea cu alții indivizii își păstrează neschimbat statutul, atunci, foarte probabil, ei vor avea o stare psihică de satisfacție.

Aplicând teoria putere/status, Theodore D. Kemper a încercat să explice emoțiile generate de atacul terorist asupra Turnurilor gemene din New York (11 septembrie 2001), în care și-au pierdut viața 3.000 de persoane. A luat în calcul zece publicuri, văzute ca „tipuri ideale” (Tabelul 1).

Teoria lui Theodore D. Kemper explică satisfăcător nu numai emergența emoțiilor, dar și constituirea solidarității sociale, precum și erodarea acestei stări de spirit. Teoria a fost testată cu succes în mai multe cercetări sociologice de teren.

Teoria lui Steven L. Gordon despre emoțiile instituționale și emoțiile impulsive

Steven L. Gordon (1981) introduce o distincție între „emoțiile biologice” (de exemplu, furia, frica) și „emoțiile culturale” (de exemplu, iubirea, prietenia, gelozia). Primele reprezintă o configurație de senzații și gesturi ca răspuns la diferiți stimuli ; emoțiile din cea de-a doua categorie implică „o combinație de senzații corporale, gesturi și semnificații culturale pe care le învățăm pe parcursul desfășurării relațiilor sociale” (Gordon, 1981, 563, *apud* Turner și Stets, 2005, 30).

După Steven L. Gordon (1990, 151-152), emoțiile se compun din următoarele elemente :

1. *Senzații corporale*. Emoțiile presupun răspunsuri fiziologice. Din punctul de vedere al psihologiei, se face distincție între „senzațiile conștientizate” (*conscious sensations*) și „schimbările corporale” (*bodily changes*). Din perspectivă sociologică, această depar-tajare nu are importanță dacă nu se transpune în acțiune socială.

Tabelul 1. *Emoțiile activate de atacul terorist asupra Turnurilor gemene*

| Publicuri | Emoții | | | | | |
|--|--------|----------|----------------|----------------|--------|-----------|
| | Furie | Tristețe | Frică | Plăcere | Rușine | Vinovăție |
| Newyorkezi/cei mai mulți americani | X | X | X ¹ | | | |
| Agenți de securitate din aeroporturi | | X | X ² | | X(?) | X(?) |
| Pacifiști/Stânga academică | | X | X ³ | | | |
| Islamiști fundamentalisti/Dreapta radicală | | | | X | | |
| Islamiști moderați | | X | X ⁴ | | X | |
| Israelieni | X | | | X ⁵ | | |
| Aliații SUA autentici | | X | | | | |
| Aliații SUA oportuniști | | | X ⁶ | | | |
| Teroriștii | | | | X | | |
| Musulmanii din SUA | | X | X ⁷ | | | |

Sursa : Kemper, 2002, 67.

Notă

X¹. Newyorkezii și cei mai mulți americani – frică de un nou atac

X². Agenții de securitate din aeroporturi – frică de o posibilă pierdere a locului de muncă

X³. Pacifiștii și intelectualii de stânga – frică să nu devină ținta loviturilor civile în SUA

X⁴. Islamiștii moderați – frică de răzburarea SUA și de sporirea agresivității Israelului împotriva terorismului

X⁵. Israelienii – bucurie că SUA a putut să înțeleagă mai bine chinurile zilnice ale israelienilor

X⁶. Aliații oportuniști ai SUA – frică să supere SUA dacă nu cooperează, dar de asemenea frică să nu fie atacați dacă vor coopera prea mult cu SUA

X⁷. Musulmanii din SUA – teamă că ar putea fi atacați pentru crima coreligionarilor lor

2. *Gesturi expresive și acțiuni.* Mimica, gesturile și acțiunile semnaleză trăirea diferitelor emoții. Unele expresii faciale și gesturi sunt înnăscute, însă pot fi mascate sau inhibitate în interacțiunile sociale. Pentru sociologi, expresiile emoționale înnăscute prezintă o importanță mai mică decât componentele socializate ale emoțiilor și formele culturale de exprimare a lor.

3. *Situația socială sau relația socială.* În cele mai multe cazuri, emoțiile reprezintă reacții la situațiile sociale, la schimbarea relațiilor sociale, așa cum sunt percepute și evaluate aceste situații și schimbări.

4. *Cultura emoțională.* Fiecărei emoții îi sunt asociate anumite cuvinte prin care le

identificăm, precum și norme și credințe. Toate acestea alcătuiesc ceea ce Steven L. Gordon a numit „cultura emoțională”. Sintagma „cultură emoțională” se referă la „vocabularyul emoțiilor (cuvintele pentru emoții), la normele (expresia reglementată și simțămintele) și la credințele despre emoții (de exemplu, ideea că emoțiile «reprimare» produc dereglări)” (Gordon, 1990, 146).

Steven L. Gordon conchide că structura socială, înțeleasă ca patternul persistent al relațiilor sociale, și cultura emoțională, care include și riturile și arta, produc efecte emoționale independente, ipoteză susținută de datele cercetărilor care sugerează că reacțiile emoționale directe la relațiile și evenimentele

sociale nu coincid cu prescripțiile culturale (vezi în acest sens cercetările lui Arlie Russell Hochschild, 1983).

Indivizii își însușesc cultura emoțională prin socializare, devenind astfel competenți să joace rolurile sociale impuse de situațiile concrete, în funcție de poziția lor socială (de exemplu, clasa socială căreia îi aparțin) și de apartenența la genul social (gender). Elaborarea cognitivă a emoțiilor în procesul socializării copiilor este influențată de variațiile în secvențele, constrângerile și diversitatea expunerii la emoții. Înțelegem de ce emoțiile elaborate cultural sunt atât de diferite nu numai de la o categorie socială la alta, dar și de la un grup social la altul sau de la o persoană la alta, în funcție de stilul de viață al familiei.

O altă distincție introdusă de Steven L. Gordon în abordarea sociologică a emoțiilor este cea referitoare la orientările din interiorul

culturii emoționale : orientarea instituțională *versus* orientarea impulsivă. Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 32) observă că această distincție derivă din concepția lui Ralph H. Turner (1976) despre selful real, profund și interior revelat fie de comportamentul instituțional (normativ), fie de impulsuri (comportamentul antinormativ).

Conform diferențierii de orientare a emoțiilor, aceeași emoție poate avea semnificații diametral opuse.

Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 34) consideră că distincția între emoțiile instituționale și emoțiile impulsive operată de Steven L. Gordon permite nuanțarea concepției lui Arlie Russell Hochschild (1983) despre alienare în cazul muncii emoționale, în sensul că nu întotdeauna managementul emoțiilor provoacă înstrăinarea individului de munca sa, ci doar în cazul persoanelor care au o orientare emoțională impulsivă.

Tabelul 2. Caracterizarea emoțiilor instituționale și a emoțiilor impulsive

| Emoțiile instituționale | Emoțiile impulsive |
|--|---|
| Au de regulă o durată lungă | De regulă durează puțin |
| Au de regulă o intensitate scăzută | Au de cele mai multe ori o intensitate mare |
| Consistența este cerută între norme și instituții | Consistența este cerută între simțiri și exprimare |
| Sursa normelor include tradiția și instituțiile | Sursa normelor include persoanele, egale ca status, mass-media ; emergența în situații |
| Ipocrizia apare între standarde și acțiuni | Ipocrizia apare între impulsuri și acțiuni |
| Munca emoțională implică autocontrol ; abilități expresive | Munca emoțională implică emoții eliberatoare și reducerea inhibițiilor |
| Percepția propriilor emoții depinde de modul în care a fost socializată | Percepția propriilor emoții este nesocializată și naturală |
| Cea mai competentă expresie este cea care corespunde perfect standardelor | Cea mai competentă expresie este cea spontană, chiar dacă are limite ; cel mai bine în cazul tabuurilor ; dezvăluiri ale vieții private |
| Inautentice când abandonează principiile sau mediocritățile comunicării | Inautentice când se conformează presiunii sociale, inhibiției |
| Vocabularul prototipic al emoțiilor include simpatia, venerația, nostalgia, indignarea și morală | Vocabularul prototipic al emoțiilor include furia, iritarea, dezgustul, surpriza, frica și excitarea |

Sursa : Gordon, 1989, 115.

Teoria lui Arlie Russell Hochschild despre munca emoțională

Sintagma „muncă emoțională” a fost introdusă în psihosociologie de către Arlie Russell Hochschild în 1979 și a făcut carieră după ce profesora de sociologie de la University of California a publicat lucrarea *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling* (1983). Pentru a desemna o astfel de muncă, în literatura anglo-saxonă se mai folosesc și expresiile *emotional labour*, *sentimental labour*, *labour with a smile*, *comforting labour* sau *solidary labour*. De exemplu, K. Lynch (1989, 7) consideră că „*solidary labour*, prin care se creează sau se mențin relații emoționale, cum ar fi prietenia, reprezintă o componentă a muncii emoționale”.

În teoria lui Arlie Russell Hochschild despre munca emoțională se regăsește influența concepțiilor lui Karl Marx și Erving Goffman, după cum remarcau îndreptățit Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 36). Oamenii nu trăiesc emoțiile arbitrar, după bunul lor plac, ci după cum le impune „cultura emoțiilor” din societatea lor. Cultura emoțională constă dintr-un complex de idei despre ceea ce presupun oamenii că ar simți în diferite situații de viață concrete.

În introducerea la studiul „*Emotion work, feeling rules, and social structure*” – publicat inițial în *Journal of Sociology* și republicat apoi în prestigioase culegeri de studii de psihologie socială sociologică (de exemplu, volumul editat de Ann Branaman, *Self and Society*, 2001), Arlie Russell Hochschild (1979/2001, 138) atrăgea atenția că „psihologia socială a suferit din cauza asumției tacite că emoțiile, pentru că par neordonate și necontrolate, nu sunt guvernate de reguli sociale. Pe de altă parte, regulile sociale păreau să se aplice numai comportamentelor și gândirii, rar și emoțiilor sau simțămintelor”. Există însă și „reguli ale simțămintelor”.

După Arlie Russell Hochschild, în orice context al activităților umane se regăsesc două tipuri de reguli: reguli ale simțămintelor și reguli ale exteriorizării simțămintelor.

1. *Regulile simțămintelor* prevăd ce emoții se presupune că ar trebui să trăiască indivizii în diferite situații: la nuntă, la ceremoniile funebre, în sălile de spectacol etc. Aceste reguli se referă nu numai la emoțiile adecvate în situațiile sociale concrete, ci și la intensitatea (de la puternic la slab), orientarea (pozitivă sau negativă) și durata (scurtă sau îndelungată) simțămintelor. Nu ne așteptăm ca cineva să sufere intens toată viața că i-a murit pisica sau să se bucure peste măsură că a răsărit soarele.

2. *Regulile exteriorizării simțămintelor* arată așteptările celorlalți în legătură cu modul cum ne manifestăm emoțiile: la biserică să fim pioși, la circ – veseli; să aplaudăm la teatru și să strigăm sloganuri la mitinguri. Când oamenii se conformează regulilor de exteriorizare a simțămintelor, ei se angajează într-o „acțiune de suprafață”, de adaptare a aparenței și comportamentelor la cerințele culturii emoțiilor pentru o situație sau alta: ne luăm „fața de înmormântare” când suntem pe punctul de a fi amendați de polițiștii de la circulație și „fața de copil mic” în situațiile în care avem nevoie de ajutor.

Avem deci de-a face cu reguli ale trăirii emoțiilor prestabilite cultural. Nerespectarea lor atrage sancțiuni din partea colectivității. În psihiatrie se vorbește despre sindromul „afect nepotrivit”, constând în absența stării emoționale așteptate în mod legitim.

Arlie Russell Hochschild (1979) consideră că munca emoțională constă în managementul emoțiilor, iar acesta presupune un efort, conștient sau nu, de a schimba propriile emoții în acord cu „regulile simțămintelor” prevăzute în fișa postului. Ni se cere astfel să resimțim cu o intensitate mai mare sau mai mică, pe o perioadă mai scurtă sau mai îndelungată, instantaneu sau lent emoții în discordanță cu stimulii declanșatori, în special cu evenimentele neplăcute. Ajungem adesea să ne întrebăm: Ce simt cu adevărat, ce ar trebui să simt?

Munca emoțională – în concepția lui Arlie Russell Hochschild – are trei caracteristici: „În primul rând, presupune un contact «față

către față» sau «voce către voce» cu publicul. În al doilea rând, munca emoțională presupune că cel care o practică produce o stare emoțională altei persoane – recunoștință sau frică, de exemplu. În al treilea rând, ea permite angajatorilor, prin antrenament și supraveghere, să exercite un grad de control asupra activităților emoționale ale angajaților” (*apud* Bolton, 2005, 51). Ar mai fi de adăugat și un al patrulea criteriu, pus în evidență de Arlie Russell Hochschild în cercetarea concretă asupra stewardeselor, și anume „crearea unui produs aducător de profit prin utilizarea muncii emoționale ca factor major în producția lui” (Bolton, 2005, 51).

Teoria lui Morris Rosenberg despre reflexivitate

Morris Rosenberg, fost profesor la University of Maryland din 1975 până la dispariția sa (în 1992), este considerat unul dintre principalii teoreticieni ai selfului și stimei de sine (Turner și Stets, 2005, 46). Scala pentru măsurarea stimei de sine care îi poartă numele („Rosenberg Self-Esteem Scale”, 1965) a devenit un instrument de cercetare internațional.

Studiind emergența stimei de sine în adolescență, Morris Rosenberg a ajuns la convingerea că elementul-cheie al acestei construcții îl reprezintă reflexivitatea, capacitatea persoanelor de a se vedea pe ele însele ca pe niște obiecte identificabile prin reacțiile altora față de comportamentele lor. Astfel, individul este atât subiect cunoscător, cât și obiect al cunoașterii. Prin reflexivitate persoanele dobândesc conștiința de sine, își dau seama cine sunt din punctul de vedere al altora. Reflexivitatea „își are rădăcinile în procesele sociale, în particular în procesele de asumare a rolului altora și de apreciere a selfului din perspectiva altora” (Rosenberg, 1990, 3).

Morris Rosenberg a identificat două tipuri de reflexivitate: 1) reflexivitatea cognitivă, capacitatea de a percepe, evalua, analiza fiecare aspect al selfului, de a realiza sinteza

multiplelor aspecte și de a stoca informațiile despre self; 2) reflexivitatea agentică, abilitatea de a controla și de a regla selful. De asemenea, Morris Rosenberg a emis ipoteza că reflexivitatea poate fi orientată fie spre self ca întreg, fie spre diferite componente ale selfului luate separat. Când reflexivitatea este orientată spre părțile ce alcătuiesc selful, ea poate fi centrată pe aspectele exterioare, deschise, publice, vizibile (de exemplu, focalizarea pe caracteristicile fizice, corporale), sau pe aspectele interne (gândire, emoții).

„Reflexivitatea umană transformă radical natura emoțiilor” reprezintă teza centrală a teoriei despre reflexivitate, după cum afirmă însuși Morris Rosenberg (1990, 3). Această teză, în opinia mea, legitimează pe deplin abordarea sociologică a emoțiilor.

Conform teoriei despre reflexivitate, există trei modalități de transformare a emoțiilor din entități biologice în entități sociale: 1) identificarea emoțiilor, care ține de reflexivitatea cognitivă (interpretarea, atribuirile, inferențele emoțiilor); 2) exteriorizările emoțiilor, controlul și reglarea emoțiilor, procese ce produc efecte asupra celorlalți; 3) trăirile interne ale emoțiilor, care se reflectă în starea internă de excitație (nivelul excitației senzoriale, durata).

Identificarea emoțiilor. Adesea, trăirea internă a emoțiilor este ambiguă. Excitarea fiziologică și psihică trăită de o persoană poate fi atribuită mai multor emoții separate sau unui conglomerat de emoții. În astfel de situații, persoanele caută informații în mediul înconjurător pentru a da un sens trăirilor interne. În alte situații, oamenii simt concomitent emoții diferite: compasiune și bucurie când i se întâmplă o nenorocire unui dușman; plăcere, jenă și teamă când întâlnesc persoana iubită etc.

Morris Rosenberg (1990, 5-7) a analizat factorii care influențează identificarea emoțiilor, și anume: asumțiile cauzale, consensul social și scenariile culturale.

1. *Asumțiile cauzale*, rezultate în procesele de socializare, când copiii învață legăturile cauzale dintre stimuli/evenimente și răspunsurile comportamentale cultural

stabilite. Aceste asumptii sunt stocate în memorie, formând ceea ce Morris Rosenberg a numit „logica emoțiilor”. Logica emoțiilor se însușește observându-i pe alții, din mass-media și din comunicarea interpersonală. Ea se impune cu necesitate : este logic să ne bucurăm când avem succes și să ne întristăm când eșuăm în ceea ce întreprindem, să ne înfuriem când suntem acuzați pe nedrept, să fim geloși sau invidioși etc. Abaterile de la logica emoțiilor sunt sancționate de către societate : cei ce violează această logică sunt suspecți de „dezordine mentală”, recomandându-li-se consultarea unui psihiatru.

2. *Consensul social*, care ghidează răspunsurile noastre comportamentale în funcție de răspunsurile date de ceilalți aflați în aceeași situație.

3. *Scenariile culturale* intervin și ele în procesul de identificare a emoțiilor : prin schimbarea criteriilor de comparare a emoțiilor, trăirile interne pot fi altfel identificate.

Exteriorizările emoțiilor. După Morris Rosenberg (1990, 8), „exteriorizarea emoției nu este un simțământ interpersonal ; este un proces interpersonal”. Prin exteriorizarea, afișarea, punerea în evidență a emoțiilor, determinăm anumite efecte asupra celorlalți (vezi dramaturgia lui Erving Goffman, 1959). Morris Rosenberg face distincție între exteriorizarea emoțiilor datorată reflexivității și exteriorizarea neautentică a emoțiilor cu scopul de a-i impresiona pe alții.

Pentru că nu este deloc ușor să fii un bun actor emoțional, Morris Rosenberg dezvoltă câteva modalități (trucuri, născociri) pentru managementul emoțiilor. „În general, există trei tipuri de modalități pe care le putem folosi în managementul emoțiilor : trucurile verbale, expresiile faciale intenționate, utilizarea obiectelor fizice.

1. *Trucurile verbale*. Prin alegerea inteligentă a cuvintelor putem să amplificăm sau să diminuăm emoțiile : „Hiperbola, eufemismul, metafora, zâmbetul, imageria poetică sau expresiile evocative pot fi utilizate pentru a exprima mesajele emoționale” (Rosenberg, 1990, 9). Teoreticienii persuasiunii au remarcat forța de influențare a opiniilor,

atitudinilor și comportamentelor pe care o au cuvintele. Metaforele, de exemplu, nu au doar o „funcție ornamentală” ; ele asigură un transfer de sensuri între comparat și comparant (I.A. Richards, 1936), accentuează, suprimă și adaugă caracteristici „subiectului principal” (M. Black, 1954).

2. *Expresiile faciale intenționate*. Paul Ekman (1988) spunea că „nu există o singură expresie pentru fiecare emoție, ci zeci și, pentru unele emoții, chiar sute”. De la această teză pornește Morris Rosenberg când vorbește despre metodele de manipulare a selfului, știut fiind că o parte dintre mușchii faciali pot fi contractați voluntar. Astfel, oamenii pot manipula exteriorizările emoțiilor. Dar nu numai controlul expresiilor faciale servește manipulării emoțiilor ; volumul, accentul, ritmul vorbirii pot juca același rol.

3. *Obiectele fizice*. Costumele, podoabele, accesoriile vestimentare pot produce sau schimba emoții. Simbolistica culorilor este relevantă. Tristețea se îmbracă în negru, puritatea în alb, furia în roșu etc.

Trăirile emoțiilor. Oamenii își pot schimba trăirile emoționale pe două căi : prin activitatea cognitivă (gândind altfel despre ce simt, redefinind emoțiile) și prin activitatea corporală (utilizând tehnici de relaxare, practicând exerciții fizice, controlându-și respirația sau apelând la droguri).

Morris Rosenberg a examinat trei tipuri de selectivitate practicate în încercarea de a gândi în așa fel încât trăirea internă a emoțiilor să se modifice. Strategia de acțiune cognitivă se bazează pe selectivitatea atenției, percepției și interpretării.

Teoria lui Peggy A. Thoits despre managementul emoțiilor

Emoțiile, în concepția profesoarei de sociologie de la California State University, au patru componente : incitațiile situaționale, modificările fiziologice, gesturile expresive și etichetele ce servesc la identificarea configurației componentelor.

Schimbarea unui element poate atrage modificarea celorlalte și a întregii configurații.

Cercetările concrete au confirmat ceea ce, teoretic, decurgea în mod logic : într-un sistem, schimbarea unui element conduce la reconfigurarea sistemului ca unitate integratoare. Contractia mușchilor faciali asemenea expresiei faciale a unui zâmbet netezește calea spre trăirea emoției de bucurie, chiar în absența unei incitații situaționale corespunzătoare, a unui stimul emoțional. În același mod acționează reinterpretarea modificărilor fiziologice. Dacă prin administrarea unor medicamente reacțiile fiziologice (accelerarea pulsului, ridicarea tensiunii arteriale etc.) sunt blocate sau alterate, este posibil să nu mai apară roșeața în obraji – expresie a emoției de rușine –, după cum este posibil chiar ca rușinea să fie trăită subiectiv ca mândrie. Să ne gândim, de exemplu, la elevii care își privesc profesorii în ochi fără să roșească, în condițiile în care în mod normal ar trebui să se rușineze de dojana pe care aceștia le-o fac. Ei etichetează, probabil, situația ca pe o dovadă a controlului de sine cu care se pot lăuda.

Peggy A. Thoits consideră că în procesul socializării copiii învață conexiunea dintre cele patru componente prin expunerea repetată la ceea ce adulții sau covârșnicii etichetează drept emoție de rușine, jenă, vinovăție sau mândrie, bucurie, triumf.

Teoria propusă de Peggy A. Thoits este centrată pe managementul emoțiilor, ceea ce presupune că emoțiile au o dinamică proprie, pentru înțelegerea căreia autoarea a introdus conceptul de „devianță emoțională”.

Devianța emoțională „se referă la trăirile sau expresiile afective care se diferențiază de ceea ce este așteptat într-o situație dată, calitativ sau în ceea ce privește gradul” (Thoits, 1990, 181). Cât de frecventă este devianța emoțională? Cum se distribuie aceasta pe categorii sociale? În clasa socială inferioară există mai multă devianță emoțională decât în clasa de mijloc? Femeile manifestă o devianță emoțională într-o măsură mai mare decât bărbații? Ce emoții au fost privite ca deviate sau ca problemă socială de-a lungul istoriei într-o societate sau alta? Iată câteva întrebări generate de

introducerea noului concept, care ar putea constitui teme de cercetare concretă. De altfel, Peggy A. Thoits propune o agendă extrem de bogată pentru cercetarea sociologică a emoțiilor : studiul condițiilor generatoare de devianță emoțională, examinarea metodelor de identificare și măsurare a devianței emoționale, descrierea strategiilor de management al emoțiilor.

Managementul emoțiilor. În legătură cu managementul emoțiilor, Peggy A. Thoits ia în discuție : a) sursele discrepantei dintre emoția resimțită și regulile simțămintelor ; b) strategiile de management al emoțiilor sau stilurile de rezolvare a discrepantei dintre emoția trăită și emoția (inclusiv exprimarea ei) care este convențional așteptată conform normelor culturale specifice unei societăți sau unei perioade istorice ; c) condițiile în care managementul emoțiilor eșuează.

Sursele discrepantei sunt variate. Devianța emoțională poate apărea din cauza : a) rolurilor multiple pe care le are de jucat individul (de exemplu, a fi profesor la liceul în care învață și fiul tău) ; b) apartenenței la o subcultură marginală (de exemplu, în subculturile marginale poate apărea o discrepantă între ceea ce indivizii simt și emoțiile pe care membrii culturii dominante se așteaptă să fie exprimate) ; c) tranziției normelor de rol pe care indivizii trebuie să le facă de-a lungul vieții (de exemplu, bucuria de a fi socru mare asociată cu tristețea că ai îmbătrânit).

Strategiile managementului emoțiilor se axează fie pe schimbarea comportamentului, fie pe manipularea cognitivă. Tabelul 3 prezintă tehnicile de management al emoțiilor identificate de Peggy A. Thoits.

Așadar, există numeroase moduri de rezolvare a discrepantei dintre emoții așa cum sunt resimțite și așa cum ar trebui să fie resimțite. Alegerea unei strategii sau a alteia depinde de apartenența la gen (masculin/feminin), la clasa socială (inferioară, mijlocie, superioară) și la categoria de vârstă (tineri, adulți, vârstnici). Apoi, susține Peggy A. Thoits (1990, 194), unele strategii ale managementului emoțiilor sunt mai adecvate pentru anumite caracteristici ale situațiilor

Tabelul 3. Tehnici de management al emoțiilor

| Focalizarea | Modul comportamental cognitiv | |
|---|---|---|
| <i>Strategii focalizate pe situații</i> | | |
| | Acțiuni, confruntare Căutarea de informații, de ajutor practic Retragere, permisiuni | Reinterpretarea situațiilor Distragerea atenției Alungarea gândului Acceptarea situației Soluții fanteziste sau evadare |
| <i>Strategii focalizate pe emoții</i> | | |
| Fiziologie | Efort fizic Utilizarea drogurilor/ abuzul de alcool Tehnici de relaxare | Biofeedback Meditație Desensibilizare progresivă Hipnoză |
| Gesturi expresive | Chatarsis Trăiri profunde | Relaxare în fantezii Rugăciuni |
| Etichetarea | Discuții defensive | Reinterpretarea trăirilor |

Sursa : Thoits, 1990, 193.

decât pentru altele (de exemplu, situații controlabile vs. situații necontrolabile, pozitive vs. negative, anticipate vs. neanticipate).

Cercetările preliminare ale profesoarei de la departamentul de sociologie de la California State University au condus la concluzia că, în circumstanțe negative, femeile recurg frecvent la chatarsis, la căutarea unui sprijin, compun poezii, scriu jurnale intime sau scrisori pe care nu le expediază. Bărbații, de cele mai multe ori, reflectează asupra situațiilor, fac exerciții fizice intense sau pur și simplu acceptă situațiile. Alte studii au arătat că strategiile de management al emoțiilor variază în funcție de apartenența la clasa socială : cei din clasa inferioară recurg mai rar la strategii reale (Pearlin și Schooler, 1978, citați de Thoits, *ibidem*).

Conceptul de „devianță emoțională” are aplicații interesante și în domeniul sănătății mentale, pentru recunoașterea bolilor mentale, ca și în discuția despre homosexualitate, având în vedere că multe tulburări psihice și comportamente atipice sunt etichetate în funcție de trăirea unor emoții și de afișarea unor expresii indezirabile social (Thoits, 1990, 196).

Teoria lui Candace Clark despre simpatie

Pe baza unei documentări ample, de-a lungul întregii sale cariere, profesoara de sociologie și științe juridice Candace Clark de la Montclair State College (SUA) a elaborat o teorie despre simpatie, considerată „cea mai socială dintre emoții”. Asemenea altor gânditori și sociologi (A. Smith, 1759 ; D. Hume, N. K. Denzin, 1984), Candace Clark (1987, 291) apreciază că „simpatia, a te întrista pentru sau împreună cu alții, este fundamentul societății umane”. Simpatia – consideră autoarea – este o emoție ghidată de „reguli ale simțămintelor” și de structura relațiilor interpersonale : pentru a exista simpatie, trebuie să fie o relație între două persoane – cea care simpatizează și cea care este simpatizată.

Cuvântul „simpatie” provine din limba latină, fiind derivat din cuvântul „compasiune”, însemnând „a suferi suferința altora”, precizează John M. Johnson (2001, 46), care observă că în unele limbi (de exemplu, ceha, germana, poloneza, suedeza) cuvântul

„simpatie” derivă din cuvântul „simțământ”, astfel că a simpatiza include numeroase emoții : bucurie, fericire, melancolie, mândrie. Originea complexă a termenului – consideră autorul anterior citat – a influențat modul în care diferitele grupuri sociale percep, gândesc și exprimă emoția de simpatie. În limba română, cuvântul „simpatie” conservă înțelesul de simțământ, desemnează atracția, afinitatea resimțită de o persoană pentru o altă persoană sau pe care persoana o inspiră altora (DEX, 1996, 988).

Teoria lui Candace Clark despre simpatie se fondează pe datele cercetărilor de teren minuțioase. Profesoara de la Montclair State College a analizat datele obținute în anchetele sociologice în care s-au aplicat un număr mare de chestionare, precum și datele rezultate din interviurile în profunzime. A făcut observație directă și discuții informale, analiză de conținut a documentelor sociale (compuneri libere ale subiecților și lucrări beletristice). A apelat deopotrivă la metode cantitative și calitative, la explicație și la înțelegerea prin autoanaliză. A rezultat o carte briantă, premiată de Secția de sociologie a emoțiilor din cadrul Asociației Americane de Sociologie : *Misery and Company : Sympathy in Everyday Life* (1997), elogios prezentată în revistele de specialitate. Profesorul John M. Johnson (2001, 47) – unul dintre recenzenții lucrării – apreciază că *Misery and Company* este o „operă strălucită”, o „lucrare de magistru”.

Ca și Arlie Russell Hochschild, care vorbește despre o „cultură a emoțiilor”, Candace Clark susține că există o „cultură a simțământelor”, ce constă din ansamblul credințelor, valorilor, regulilor, cuvintelor, al altor elemente simbolice care încadrează și direcționează procesele simpatiei. Conștiințând elementele culturii simțământelor, configurându-le, indivizii se prezintă în fața altora în manieră dramaturgică (vezi teoria dramaturgică a lui Erving Goffman). Spre deosebire de Arlie Russell Hochschild, Candace Clark apreciază că normele culturii simțământelor nu au caracterul unor „scripturi”, al unor reguli clare. Există însă reguli

care le permit actorilor sociali să-și organizeze elementele simțământelor (ideologia simțământelor, reguli ale simțământelor, logici ale simțământelor, vocabular al simțământelor). Referindu-se la simpatie, Candace Clark arată că oamenii fac apel la „jocul de suprafață”, la „jocul profund” și la ritualuri pentru a adecva emoțiile la cultura simțământelor.

Conform teoriei despre simpatie elaborate de Candace Clark, indivizii nu aplică automat normele culturii simțământelor ; ei se angajează activ în schimburi de emoții cu alți indivizi, de pe urma cărora se așteaptă să obțină un profit. Se ajunge astfel la o „microeconomie” a emoțiilor – oferim emoții și așteptăm în schimb emoții : iubire pentru iubire, simpatie pentru simpatie etc. –, dar și la o „micropolitică” a emoțiilor, dat fiind faptul că, în funcție de poziția socială, emoțiile se asociază cu resursele emoționale.

Sintagma „economie a emoțiilor” a fost preluată de Candace Clark de la Randall Collins (1981) și are înțelesul de „sistem, produs și reprodus prin interacțiunea membrilor grupului, în vederea reglării resurselor emoționale într-o comunitate. O economie a emoțiilor este o metodă pentru distribuirea la toți membrii grupului a simțământelor, răspândire necesară pentru crearea și menținerea legăturilor sociale, în general, și a identităților sociale importante, în particular” (Clark, 1987, 296). În acest sens, economia emoțiilor susține supraviețuirea grupului întocmai ca economia bazată pe bani sau bunuri și servicii. Candace Clark gândește economia emoțiilor ca schimb reglat normativ, nu ca relație de vânzare-cumpărare, făcând trimitere la Georg Simmel (1908), care argumenta că schimbul este un fenomen social *sui-generis*. Să ne amintim că, analizând fidelitatea și recunoștința ca „afecte sociologice” sau ca afecte „orientate sociologic”, clasicul sociologiei germane afirma axiomatic : „Toate relațiile oamenilor se bazează pe schema dăruirii și a echivalentului” (Simmel, 1908/2000, 436).

Candace Clark avansează ideea că economia emoțiilor și economia bazată pe bani, în aceeași societate, nu operează după

aceleași principii : una dintre economii poate fi mai mult socialistă, cealaltă – mai mult capitalistă. În societățile vestice, schimbul emoțional – apreciază Candace Clark (1987, 297) – este foarte asemănător cu schimbul de bani-bunuri-servicii, dar are reguli specifice. În ceea ce privește regulile solicitării simpatiei, a identificat patru reguli :

1. Nu faceți false solicitări de simpatie, pretinzând că aveți nevoie de simpatie, exagerând cererea de simpatie ; pe scurt, nu solicitați simpatie când nu este cazul. Pilda „Petrică și lupul” este edificatoare : dacă procedăm la false solicitări de simpatie, s-ar putea ca atunci când avem nevoie de ea nimeni să nu ne-o acorde.

2. Nu solicitați prea multă simpatie. Chiar dacă aveți temeii să solicitați simpatie din partea celorlalți, nu o faceți prea des și nu cereți simpatie de prea lungă durată. Persoanele care nu țin seama de această regulă s-ar putea să primească doar semnele simpatiei, fără sentimentul ca atare, sau, și mai rău, să nu se aleagă cu nimic.

3. Solicitați simpatia optimă : persoanele care timp îndelungat nu oferă și nu solicită simpatie într-o relație interpersonală stabilă sunt considerate inactice în rețeaua socială.

4. Faceți schimb reciproc de simpatie sau oferiți pentru simpatia pe care o primiți grațitudine, deferență, stimă. În general, oamenii așteaptă să primească ceva când își direcționează simpatia spre alții (Clark, 1987, 303-313).

Persoanele care se abat de la aceste reguli prin exagerare într-un sens sau altul, prin accentuare sau diminuare, sunt considerate „receptori devianți ai simpatiei”. Cei care nu acordă altora dreptul la simpatie sunt numiți „hipoinvestitori” (*underinvestors*), iar cei care simpatizează receptorii devianți – „hiperinvestitori” (*overinvestors*). Cultura simpatiei dozează cantitatea de simpatie în funcție de circumstanțe, de factorii istorici și ideologici. Adesea, hipoinvestitorii de simpatie se simt ostracizați, bârșiți, rămân fără prieteni. La cealaltă extremă, hiperinvestitorii de simpatie sunt considerați „oameni buni”, „buni prieteni” sau „părinți buni”.

Ca și în cazul inteligenței (oamenii diferă în ceea ce privește IQ-ul), și în potențialul emoțional fiecare are limite. Referindu-se la simpatie ca tip de emoție, Candace Clark introduce sintagmele „linia de credit a simpatiei” și „limita simpatiei”. Împrumutul terminologic din economia politică mi se pare evident : „linia de credit a simpatiei” arată de câtă simpatie dispune individul, iar „limita simpatiei” se referă la simpatia pe care individul o negociază în funcție de situația concretă în care se găsește celălalt, dar și în raport cu propria istorie de viață (experiența trecută de a fi „om bun”) și de înălțimea propriilor standarde morale. Cultura simțămintelor impune să manifestăm largi limite ale simpatiei față de membrii familiei, ca și față de oamenii valoroși.

Personal, consider că teoriile comportamentului prosocial au, dacă nu integral, cel puțin parțial valabilitate în analiza simpatiei (poate și a altor emoții). Arătând simpatie unei persoane, noi îi acordăm un sprijin pentru depășirea situației critice, o încurajăm, ceea ce reprezintă un comportament prosocial autentic dacă „donatorul de simpatie” – termenul îmi aparține – nu așteaptă o recompensă materială sau morală, dacă exprimarea simpatiei nu constituie o obligație de serviciu, ci un act conștient, liber decis (S. Chelcea, 1996, 438).

Între cei ce se simpatizează reciproc se stabilește o solidaritate, care se zdruncină când una dintre persoane, dintr-un motiv sau altul, nu răspunde cu simpatie donatorului de simpatie sau când acesta din urmă se așteaptă să primească în schimb mai multă simpatie decât poate sau dorește celălalt să dea. Acest schimb de emoții se desfășoară sub controlul normelor culturale.

Candace Clark consideră că simpatia operează ca o „valoare de protecție” care îi permite celui aflat în dificultate să-și mobilizeze resursele pentru a acționa conform normelor culturale. Simpatia este colacul de salvare care uneori îi ajută pe cei aflați în pericol. De asemenea, profesora de la Montclair State College apreciază că simpatia îi mobilizează pe cei care se simpatizează să

se focalizeze pe aspectele morale, pe regulile culturale și, prin aceasta, simpatia are funcție de integrare socială.

*

Cu toată varietatea conceptelor, tezelor și ipotezelor constituente, teoriile culturale ale emoțiilor au o sumă de elemente comune, relevate de Jonathan H. Turner și Jan E. Stets (2005, 64). În primul rând, toate pornesc de la asumția existenței unei culturi a emoțiilor (sau a unei culturi a simțămintelor), care constă din ansamblul regulilor referitoare la ce trebuie să simtă și să exteriorizeze diferitele categorii de populație în anumite situații sociale concrete, precum și din ideologiile, logicile emoțiilor, ca și din cuvintele ce denumesc emoțiile. Apoi, teoriile culturale, în ansamblul lor, explică trăirile emoționale și exprimarea lor prin raportarea la scripturile culturale, prin ghidarea de către cultură a simțămintelor. În al treilea rând, abordarea

emoțiilor în perspectiva culturii presupune încercarea indivizilor de a răspunde în acord cu ceea ce alții se așteaptă, în acord cu ideologia emoțiilor. În acest sens, persoanele adoptă strategii specifice. Recunoașterea faptului că adesea indivizii sunt prinși între simțămintele pe care le trăiesc momentan și cerințele culturii emoționale constituie, de asemenea, un element comun al teoriilor pe care le-am prezentat. În fine, teoriile culturale ale emoțiilor – chiar dacă nu toate – pun în lumină faptul că de mult ori oamenii resimt un stres cronic din cauza discrepanței dintre ce simt și ce sunt obligați să simtă și să exteriorizeze.

Personal, consider că analiza solicitărilor psihice ale noilor profesii (din sefera relațiilor publice, relațiilor cu clienții, advertisingului etc.) din România postcomunistă prin prisma teoriilor culturale ale emoțiilor ar putea sugera unele modalități de prevenire a alienării în cazul muncii emoționale.

Bibliografie

- Barbalet, Jack M. [1998](2001). *Emotion, Social Theory, and Social Structure. A Macrosociological Approach*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Bendelow, Gillian (ed.) (1998). *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues*. Londra : Routledge.
- Bolton, Sharon C. (2005). *Emotion Management in the Workplace*. Gordonsville : Palgrave Macmillan.
- Branaman, Ann (ed.). (2001). *Self and Society*. Oxford, UK : Blackwell Publishers Ltd.
- Chelcea, Septimiu. (1996). Comportamentul prosocial. În A. Neculau (coord.). *Psihologie socială. Aspecte contemporane* (438-451). Iași : Editura Polirom.
- Clark, Candace. (1987). Sympathy biography and sympathy margin. *The American Journal of Sociology*, 93, 2, 290-321.
- Clark, Candace. (1997). *Misery and Company : Sympathy in Everyday Life*. Chicago : University of Chicago Press.
- Collins, Randall. (1975). *Conflict Sociology. Toward an Explanatory Science*. New York : Academic Press.
- Collins Randall. (1981). *Sociology since Midcentury. Essays in Theory Cumulation*. New York : Academic Press.
- Ekman, Paul și Davidson, R.J. (1995). *The Nature of Emotion : Fundamental Questions*. New York : Oxford University Press.
- Gordon, Steven L. (1981). The sociology of sentiments and emotion. În M. Rosenberg și R.H. Turner. (1981). *Social Psychology. Sociological Perspectives*, 562-592. New York : Basic Books.
- Gordon, Steven L. (1990). Social structural effects on emotions. În T.D. Kemper (ed.). *Research Agendas in the Sociology of Emotions*, 145-179. Albany : State University of New York Press.

- Halbwachs, Maurice. (1947). L'expression des émotions et la société. *Échanges sociologiques*. Paris : Centre de Documentation Universitaire (versiune electronică).
- Heise, David R. (1977). Social action as the control of affect. *Behavioral Science*, 22, 163-177.
- Heise, David R. (1979). *Understanding Events : Affect and the Constructions of Social Action*. New York : Cambridge University Press.
- Hochschild, Arlie Russell. (1975). The sociology of emotions : Selected possibilities. În M. Millman și R.M. Kanter (eds). *Another Voice* 280-307. Garden City, NY : Anchor Press.
- Hochschild, Arlie Russell. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *The American Journal of Sociology*, 85, 3, 551-575.
- Hochschild, Arlie Russell. (1983). *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*. Berkeley : University of California Press.
- Johnson, John M. (2001). Review : „Misery and Company : Sympathy in Everyday Life” by Candace Clark. (1997). *Contemporary Sociology*, 30, 1, 46-47.
- Kemper, Theodore D. (1978). *A Social Interactional Theory of Emotions*. New York : Wiley.
- Kemper, Theodore D. (1981). Social constructionist and positivist approaches to the sociology of emotions. *The American Journal of Sociology*, 87, 2, 336-362.
- Kemper, Theodore D. (1990). Social relations and emotions : A structural approach. În T.D. Kemper (ed.). *Research Agendas in the Sociology of Emotions*, 207-237. Albany : State University of New York Press.
- Kemper, Theodore D. (2002). Predicting emotions in groups : some lessons from September 11. În J. Barbalet (ed). *Emotions and Sociology*, 53-68. Oxford, UK : Blackwell Publishing.
- Manstead, Antony S.R., Frijda, Nico H. și Fischer, Agneta. (2004). *Feelings and Emotions : The Amsterdam Symposium*. Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- Marx, Karl. [1852](1960). Optsprezece Brumar al lui Ludovic Bonaparte. În K. Marx, F. Engels. *Opere* (vol. 4). București : Editura Politică.
- Pavelcu, Vasile. [1936](1999). Funcția afectivității. În V. Pavelcu. *Elogiul prostiei. Psihologie aplicată la viața cotidiană* 167-184. Iași : Editura Polirom.
- Rosenberg, Morris. (1990). Reflexivity and emotions. *Social Psychology Quarterly*, 53, 3-12.
- Rosenberg, Morris et al. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem : Defferent Outcome. *American Sociological Review*, 60, 1, 141-156.
- Schachter, Stanley și Singer, Jerome. (1962). Cognitive, social and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69, 379-399.
- Scheff, Thomas J. (1990). Socialization of emotions : Pride and shame as causal agents : An affect control model. În Th.D. Kemper (ed.). *Research Agendas in the Sociology of Emotion*, 281-304. Albany : State University of New York Press.
- Simmel, Georg. [1908](2000). *Sociologie. Studii privind formele socializării*. Chișinău : Editura Sigma IG. (*Soziologie. Untersuchungen Formen der Vergesellschaftung*. Berlin : Druker & Humboldt. Trad. rom. I. Nastasia și M. Nastasia.)
- Smelser, Neil J. și Baltes Paul B. (eds) (2001). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Palo Alto : Elsevier Science Ltd.
- Thoits, Peggy A. (1989). The sociology of emotions. *Annual Review of Sociology*, 15, 317-342.
- Thoits, Peggy A. (1990). Emotional deviance : Research agendas. În Th.D. Kemper (ed.). *Research Agendas in the Sociology of Emotions*, 180-203. Albany : State University of New York Press.
- Turner, Jonathan H. și Stets, Jean E. (2005). *The Sociology of Emotions*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Wilson, Edward O. [1975](2003). *Sociobiologia*. București : Editura Trei (*Sociobiology*. Cambridge Mss : Harvard University Press. Trad. rom. L. Ulrich.)