

## НЕОЛИБЕРАЛНИЯТ КАПИТАЛИЗЪМ, НАСИЛИЕТО И ЕМПАТИЯТА

ВАСИЛ ПРОДАНОВ

*Тракийски научен институт – София*

vkprodanov@gmail.com

## NEOLIBERAL CAPITALISM, VIOLENCE AND EMPATHY

VASSIL PRODANOV

*Thracian Scientific Institute - Sofia*

### **Abstract**

The article examines the relationship between neoliberal capitalism, violence and empathy. The idea of the opposing tendencies that this capitalism engenders concerning violence and empathy is developed. On the one hand, it gives rise to increasing structural and subjective violence, and on the other hand, it strengthens the mechanisms of control over each individual. On the one hand, with the marketization and commodification of public life, neoliberal capitalism leads to a decrease in the level of empathy between people in society, and on the other hand, business is interested in empathy as a factor in the creation of value at the various stages of the economic process, and especially in the creation of social capital, personalization of consumption and consumer trust in business.

**Keywords:** neoliberal capitalism, violence, empathy, contradictions, marketization, commodification

Основната системна характеристика на света, в който живеем през последните десетилетия е неолибералният капитализъм, който в момента е в нарастваща криза. За да разберем как той обуславя различни тенденции в насилието и емпатията следва да имаме предвид, че още Хегел, а после и последователят на редица негови идеи Маркс, формулират тезата за диалектиката – за противоречията на обществото изобщо и в частност на капитализма, при което се сблъскват в различни форми и размери алтернативни тенденции, които са движещата сила на развитието. Тези противоречия можем да видим и при анализа на алтернативни тенденции, на диалектиката на насилието и емпатията в условията на неолиберален капитализъм.

### **1. Насилието при неолибералния капитализъм**

Неолибералният капитализъм, чието начало е поставено с политиките на Роналд Рейгън и Маргарет Тачър в началото на 1980-те години замества основни ангажименти на предходната социална държава с дерегулацията и прехвърлянето им към пазара и частния капитал. Ако редица функции, свързани с насилието, преди това са принадлежали на държавата, то сега те се предоставят на пазарните взаимодействия. Затова, за да разберем насилието при неолибералния капитализъм, трябва да имаме предвид, че то има две измерения – структурно и субектно, като водеща роля играе структурното насилие.

Концепцията за структурно насилие е въведена от норвежкия социолог Йохан Галтунг в неговата статия от 1969 г. „Насилие, мир и изследване на мира“ (Galtung, 1969). То се характеризира с две основни особености.

Първата е, че при него като че ли липсва конкретен субект, който да го е извършил, а то е резултат на социалноикономическата и политическа система, които, макар и формално да са против насилието и да защитават правата на човека, реално раждат насилие – класово, етническо, расово, държавно и т.н. Галтунг дава като най-типичен пример за структурно насилие бедността, чрез която човек е лишен от възможността да удовлетворява основни социални потребности. Тя ражда например по официални статистически данни до 582462 бездомници и клошари в САЩ, всеки от които има формални права да гласува, да има свобода на словото пред кофите за боклук, да ругае и заклеймява дори президента и т.н., но и да гладува и умира по улиците (Curls, 2023). Така структурно неолибералният капитализъм води до това, че убива по-бедните в едно общество, за сметка на по-богатите. Изследванията в САЩ показват, че разликата в продължителността на живота на най-богатия 1 % и най-бедния 1 % от хората там е 14.6 години (Chetty et al., 2016). Така системата убива милиони хора годишно. У нас в България системата е между най-геноцидните, тъй като страната е с най-бързо умиращото население в света и неслучайно бе популярен през последните години лозунгът „Системата ни убива“. Капитализмът като социална организация на обществото ражда периодично локални, регионални и световни войни като резултат от циклични кризисни процеси и от стремежа на големите военни компании към печалба.

Втората особеност на структурното насилие е, че то поражда субектното насилие – убийства, кражби, най-различни форми на принуда, извършвани от отделни личности или организирани групи. Експлоатацията на труда, отчуждението и доминирането на мотивацията за печалба раждат множество форми на насилие – от домашно насилие, всекидневна престъпност и масови убийства, до употребата на наркотици, тежки депресии и самоубийства, тероризъм и т.н. На глобализирания и дерегулиран пазар големите компании и богатите избягват данъчно облагане, криейки средствата си в офшорки и данъчни убежища или премествайки производството си в страни и региони с ниско данъчно облагане, и това води до ускорено нарастващо неравенство, което увеличава различните форми на насилие. Кризата на социално-икономическата система на капитализма усилва това насилие, както е в момента в САЩ, където рязко са увеличени убийствата по улиците и като цяло престъпността. При силно нарастване на кризата на социално-икономическата система капитализмът обикновено поражда много по-насилствена политическа система и в крайните версии това е фашизмът, при който причините за кризата и насилието на системата се откриват в някакъв враг, който трябва да бъде унищожен.

Диалектиката на противоположностите, алтернативни на насилието, се проявява в две основни посоки.

Първата от тях е ускорено нарастващите възможности за генериране на богатство, благодарение на изкуствения интелект, роботизацията и всички останали технологии на Четвъртата индустриална революция, както и на началото на развитие на следваща индустриална революция, свързана с квантовите технологии, космическите технологии, биотехнологиите, генеративния изкуствен интелект. Това увеличаващо се богатство и досега бе предпоставка за ускорено намаляване на бедността в световен план. В началото на XIX век около 80 % от населението в света живее в абсолютна бедност, сега в това положение е около 9.2 % от него. Продължаването на тази тенденция на увеличаване на генерираното богатство улеснява проблемите на неговото преразпределение, при което да бъдат удовлетворени основните потребности на всеки човек в света, което от своя страна е предпоставка за намаляването на структурното, а от тук на субектното насилие.

Втората тенденция на противопоставяне на нарастващите рискове, несигурност и насилие, които носи със себе си неолибералният капитализъм намира израз в рязкото

увеличаване на събирането на данни за всеки човек чрез милиони камери за наблюдение навсякъде, чрез всяко действие, извършвано чрез мобилните телефони, компютрите, социалните мрежи. Става дума за ускорено развиваща се тенденция на увеличаващите се възможности за контрол, оценка, анализ на поведението на всеки човек, която дава нови възможности на институциите на държавата, а и на компаниите да се противопоставят на субектното насилие. Така неолибералният капитализъм носи със себе си, от една страна, предпоставки за нарастващо насилие, а от друга страна, предпоставки за контрол върху поведението на хората, но и за задоволяването на техните потребности и премахване на бедността.

## **2. Комодификация на емпатията в условията на неолиберален капитализъм**

Как стоят нещата с диалектиката на противоречията при емпатията? Терминът емпатия и емпиричните изследвания, свързани с него, се появяват преди около един век (Watson, 2011). След това той се свързва с множество дефиниции, отнасящи се до емоционалното възприемане и съпреживяване на това, което мисли и преживява другият човек, до способността да се поставиш на негово място, да мислиш и реагираш като него, да разбереш какво му е по неговото поведение и това да доведе до позитивна твоя реакция и желание да му помогнеш.

Тази способност обаче е тясно свързана с характера на социалните отношения, в които сме включени, как те ни формират, как предопределят нашия живот и поведение. Те могат да засилват нашата способност и желание да разберем и съпреживеем другия, но могат да влияят и по обратния начин. Това, което характеризира неолибералния капитализъм е, че той подхранва хипериндивидуализма в поведението на хората като резултат на увеличаващата се роля на глобализирания пазар и глобализирания капитал в развитието на обществото, за сметка на държавата и нейните предходна преразпределителна роля и принципи на солидарност. Разработената от икономисти като Милтън Фридман и Фридрих фон Хайек неокласическа теория, която е икономическата основа на неолибералния капитализъм, се опира на базисната идея за *homo economicus*, който е рационален егоист по природа, максимизиращ полезността като потребител и печалбата като производител, което според неокласиците има позитивни следствия на увеличаване на богатството на обществото. Затова и множество изследвания показват,

че този капитализъм комодифицира и маркетизира всички сфери на обществото – институциите, културата, междуличностните отношения, потребителското поведение, включително и здравната система, където състраданието и емпатията са много важни (Dardot et. Laval, 2013).

Във възход са самотата и индивидуализмът, които не дават възможност за каквато и да е емпатия и разрушават емпатията. Това се съчетава с рязко увеличаване на броя на самотните хора и хората, несклучили брак, на извънбрачно родените деца, с разпадане на различни типове общности – семейни, съседски и пр. Броят на самотните хора в развитите западни държави е по-голям от всякога в историята, а там, където имаме самотни хора рязко са намалели приятелски и съседски отношения, което е свързано и с недостиг на емоционална интелигентност и емпатия. Същото е и в страни като нашата. Имаме разпадни процеси в семействата. Повечето от децата се раждат извънбрачно. Според последното преброяване у нас е увеличен рязко броят на самотните хора и самотните родители, близо един милион от домакинствата се състоят от един човек.

Благодарение на съвременните дигитални технологии днес човек може да се свърже моментално с всеки друг на хиляди километри по света, но непосредственото общуване с емоционалните елементи и съпреживяването в него са в нарастващ дефицит. Това води до увеличаващо се количество самоубийства и хора в депресия. Не е случайно, че САЩ, водещата страна на неолиберализма, са на първо място в света по броя на хората, които вземат антидепресанти – 11 % от американците над 12 годишна възраст (Gould and Friedman, 2016).

Неравенствата, индивидуализмът, извеждането на преден план на печалбата водят до нарастващо насилие и дефицити на емпатия. Така например в изследване, озаглавено „Епидемията от нарцисизъм 2002-2007 в етническите групи“ в САЩ е установено, че през този период у хората в американското общество се засилват характеристиките, свързани с нарцисизма – желанието да бъдат знаменити или известни, да получат позитивна оценка, без да има нужните морални, когнитивни, поведенчески качества за това; намалява склонността да се изпитва съчувствие и състрадание към другите, особено ако те са различни в социално, политическо етическо отношение; има нарастваща отдаденост на личните интереси и желания, на тяхното удовлетворяване, независимо от другите. Тенденцията е това да се засилва и през предходните три десетилетия

равнището на нарцисизъм в обществото значително е нараснало. А изследванията показват, че хората с по-високо равнище на нарцисизъм са по-малко склонни на емпатия и повече на егоистично поведение. Това е особено характерно за американските студенти, които са израснали във времената на неолиберален капитализъм (Twenge and Foster, 2008).

Други изследвания показват рязко засилване на индивидуализма в американското общество от 1960-те години насам, т.е. в епохата на неолиберален капитализъм (Twenge, Campbell, 2012). В йерархията на ценностите на американците чувството за общност отива на задно място, а на първо място излиза личната слава. Освен това изследователите откриват междупоколенчески различия в индивидуализма и нарцисизма, които нарастват сред младите хора, израснали в периода на неолибералния капитализъм. Метаанализ на 72 изследвания, проведени в периода от 1977 до 2009 г. показва, че равнището на емпатия в САЩ за това време е намаляло с над 40 % като най-ускорено този процес е протекъл след 2000 г. (Konrath et al., 2011). Затова и не кой да е, а Барак Обама обяви, че САЩ страдат от „дефицит на емпатия“ и това бе една от важните теми на неговата кампания за президент, открила се в резултат на голямата икономическа криза на неолибералния капитализъм през 2008 г. Той призова американците да са по-емпатични към тези, които се намират в по-неблагоприятно положение и да се създаде глобална общност, изградена върху по-голямото уважение, сътрудничество и равенство (Obama, 2006: 67). От своя страна известният специалист по невропсихология Саймън Барон-Коен прави извода, че „ерозията на емпатията е важен глобален проблем, свързан със здравето на нашите общности, били те малки (като семейството) или големи (като нациите)“ (Baron-Cohen, 2011: 124).

Същевременно имаме и противоположната тенденция, но реализирана на основата на логиката на функционирането на пазара. Като ключов фактор в успеха на бизнеса се разглежда социалният капитал, свързан с равнището на доверие между работещите в компаниите, между производители и потребители. В бизнес литературата става популярен дискурсът за „емпатичната икономика“ и „емпатичния икономикс“. В множество книги се разработва идеята как да се използва емпатията като инструмент в бизнес лидерството и маркетинга. Това не е случайно. Бизнесът, за да печели, се нуждае от формирането на доверие, емоционална интелигентност, позитивни емоции, емпатия у

работещите в компаниите, у своите партньори, у потребителите. Той отчита, че емоционалното съпреживяване играе много важна роля при въздействието и взаимодействията на хората, повишава рязко доверието помежду им и ефективността на взаимната им дейност. Така могат по-силно да се ангажират различните участници в процеса на създаване на стойност, във вникването и разбирането на проблемите и потребностите и превръщането им във възможности. Смята се, че емпатията „засилва креативността и признаването на възможностите, намира желаните и осъществими решения, съобразени с нуждите на хората и интегрира техническия опит с динамиката на пазара или общността“ (Prandelli et al., 2016). Затова емпатията придобива нарастваща значимост в бизнес отношенията, комодифицирайки се и носейки стойност, тъй като тя се свързва с организацията на производството и потреблението в бизнеса. Характерно по принцип за неолибералните икономики е превземането от пазара на всички сфери на социален и личен живот, включително и комодификацията на емоциите.

Първо. За да повиши производителността на бизнес екипа лидерът трябва да може да се идентифицира с всеки от тях, да премахне когнитивния субективизъм. Емпатията и способността за съпреживяване се свързват в бизнес мениджмънта с процесите на „професионално развитие“, „изграждане на вътрешен капацитет“, „набиране“, „подбор на персонал“, решаване на „институционални проблеми“ (Hilgers, 2007: 24). Те водят до по-добро разбиране на потребителите и партньорите, до изграждане на силни емоционални, интелектуални и социални връзки, до създаване и пълноценно участие в бизнес мрежи, до преодоляване на субективния когнитивизъм при разработването на решения и стратегии, до диференциация и стратегическа гъвкавост (Михайлова, 2014: 174). Това именно е свързано с идеята за използване на емпатията в колективите на работещите в компаниите. За да можеш да растеш в кариерата важно предимство е притежаването на емоционална интелигентност, която стои в основата на добрата комуникативност и взаимодействие. Емпатията не е просто способност да разбираш и да съпреживяваш мислите и чувствата на другите, но и да оказваш целенасочено влияние върху тях. Емпатията повишава моралните и афективни способности, които създават позитивни отношения на тези, които те заобикалят. В колективите на работещите на това се гледа като начин за повишаване на ангажираността на служителите, както и на

акционерите на една компания. Така тя става част от бизнес моделите за създаване на стойност и повишаване на производителността.

Второ. За да привлече потребители бизнесът трябва да може да „влезе в обувките“ на всеки от тях, да разбере какво биха искали, какви са потребностите, желанията и предпочитанията им, какво им харесва и какво не и така да намери път към мотивацията им. При това важно е не само стимулирането на отделна покупка или услуга, а създаването на доверие, на представа, че от другата страна те разбират и са готови да удовлетворят максимално твоята потребност, да създадат устойчивост във взаимовръзката и позитивни преживявания.

Затова и съществени характеристики на неолибералния капитализъм са възходът на маркетинга и дигиталните механизми за персонализацията на маркетинговото въздействие, създаването чрез тях на емпатия у потребителя, свързана с пристрастяване към определена марка, продукт, услуга, с позитивния образ на компаниите, от които те се купуват, доверието към тях и взаимодействия, в които той усеща, че те го разбират и му предлага точно това, което иска. Така процесът на достигане на съответните продукти до потребителя се управлява чрез създаване у него на потребност, интерес, желание за тях. Той се усеща като печеливш при съответната покупка, вижда че му се правят специални отстъпки, че е индивидуализиран и персонализиран в отношенията със съответната търговска компания. Разбирането на целите, мотивите, интересите, създаването на усещането за близост и интимност са предпоставка за съответните преживявания на потребителите в маркетинговия процес и след това при потреблението на съответните стоки. Ключово значение за това играе дигитализацията на съвременния маркетинг, при която в социалните мрежи и в потребителското поведение за всеки се събират огромно количество данни и може да му се предлага именно това, което на него най-много му харесва и най-много е готов да вземе. Така персонализацията на потреблението с помощта на дигиталните технологии създава възможности за емпатична взаимовръзка, тъй като потребителят се чувства разбран от другата страна, вижда че тя му предлага точно това, от което той се нуждае.

Съществува специална организация „Емпатичен бизнес“, базирана във Великобритания, която направи през 2015 и 2016 г. Глобален Индекс на емпатия, публикуван в „Харвард бизнес ревю“, който класира 100-те най-добри компании в света



на основата на анализ на корпоративната култура, етиката, лидерството, присъствието в социалните медии, на това как хората възприемат техния бранд [1]. Според тази класация компаниите, които изграждат емпатична култура са по-печеливши по отношение на пазарна капитализация, растеж и печалби. През 2016 г. на първо място сред тях е класиран Фейсбук. Неговият лидер Марк Зукърбърг специално подчертава, че компанията му прави хората по-съпричастни като им показва сайтове и връзки по проблеми, от които те се интересуват и споделят. Стремешът е към максимална персонализация на предлаганото съдържание. Изследванията показват, че 10-те най-добри компании в Глобалния Индекс на емпатията от 2015 г. са увеличили стойността си над два пъти повече, в сравнение с 10-те последни компании в тази класация. Неслучайно към Гугъл бе създадена специална Лаборатория по емпатия, в която мултидисциплинарен екип работи по въпроса как чрез изкуствения интелект да се засилва емоционалното благополучие на потребителите на компанията (Stinson, 2022).

Така при неолибералния капитализъм имаме реалност, която ражда, от една страна, индивидуализъм, егоизъм, нарцисизъм, нямащи нищо общо с емпатията и характеризиращи обществената реалност като цяло. От друга страна, съвременният бизнес, с възможностите да персонифицира въздействията си и с търсенето на максимална ефективност, използва емпатията като средство за увеличаване на печалбата. В условията на нарастваща криза, имаща икономически, геополитически, идеологически, цивилизационни, технологически, екологични, здравни измерения, това противоречие става все по-силно. Равнището на емпатия в обществата ускорено спада. Изследванията показват, че нарастващото подоходно неравенство води до това, че богатите рационализират и оправдават своето неравенство, а емпатията към бедните намалява (Layton, 2014). Тя намалява и между хора, които формално имат един и същи статус. Така например проучване сред американски студенти разкрива, че нивата на емпатия помежду им от 1979 г., когато се поставя началото на неолибералния капитализъм, до 2009 г. пада с 48 % [2].

Идеята за грижата за другите, която е тясно свързана с емпатията, в нарастваща степен се приватизира – някой се грижи за тебе, защото получава пари за това. Типичен пример в това отношение са огромна част от възрастните родители в САЩ и другите западни неолиберални държави, които са обгрижвани в домове за възрастни и болни хора

срещу заплащане или близките им наемат лични асистенти да се грижат за тях в домовете им. Много българки работят в Западна Европа като платени гледачки на възрастни хора, които сами трудно се грижат за себе си. Проучване през 2022 година във Великобритания показва, че 40.63 % (около 30 млн. души) от възрастните хора се чувстват постоянно, често или от време на време самотни. Приблизително 7.1 % (3.83 милиона) изпитват хронична самота. Техният брой се е повишил от 2020 г. насам, когато той е бил 6 % (3.24 милиона).[3]

У нас нараства броят на изоставените от близките си възрастни хора. Наскоро университетската болница за активно лечение "Царица Йоанна ИСУЛ" алармира, че все повече възрастни хора са изоставени от семействата си в лечебното заведение и остават без дом и подкрепа [4]. След това множество други болници съобщиха за подобни тенденции.

Същото се отнася и до противоречията, които ражда насието на неолибералния капитализъм, свързани със засилващия се контрол на всеки и всичко с помощта на съвременните дигитални технологии, събирането на данни за всеки и всичко. Тези противоречия може да доведат до алтернативни следствия. Първото от тях е „епохата на надзорния капитализъм“, на тоталния контрол, за който говори в своя бестселър „Епохата на надзорния капитализъм“ професорката от Харвард Бизнес Скул Шошана Зубов (Зубов, 2022). Алтернативната посока е на различни варианти на посткапиталистическо общество, в което богатството ще бъде разпределяно много по-справедливо, ще бъдат преодолените факторите, пораждащи насието на неолибералния капитализъм и създадени предпоставки за много по-високо равнище на емпатия, която не е инструмент за бизнес печалба. Коя е посоката, в която ще се тръгне тепърва ще бъде предмет на дискусия в социалните науки.

## БЕЛЕЖКИ

[1] Transforming companies through the science of empathy, In: <https://theempathybusiness.com/>, October 30, 2023.

[2] Decline in Human Empathy Creates Global Risks in the 'Age of Anger'. – In: *Bloomberg*, <https://sponsored.bloomberg.com/article/zurich/decline-in-human-empathy-creates-global-risks-in-the-age-of-anger>, October 30, 2023.

[3] Facts and statistics about loneliness, In: <https://www.campaigntoendloneliness.org/facts-and-statistics/>, November 28, 2023.

[4] **Стоянова, С.** Расте броят на възрастните, изоставени от близките си в болници. – В: <https://www.dnes.bg/obshtestvo/2023/10/19/raste-broiat-na-vyzrastnite-izostaveni-ot-blizkite-si-v-bolnici.586330?fbclid=IwAR21KccYdREBIZXm6fMsHFxjAvrdN11bl3CbYf40qXI6isfCZh2QkL5xr0>, 19.10.2023.

## ЛИТЕРАТУРА

**Зубов, Ш.** (1922). *Епохата на надзорния капитализъм*, С., Диллок.

**Михайлова, М.** (2023). Емпатията като фактор за развитие на споделени стойностни предложения. – В: *Ремаркетинг на реалността*, Изд. „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна.

**Baron-Cohen, S.** (2011). *Zero Degrees of Empathy: A New Theory of Human Cruelty*. London: Penguin.

**Batson, C. D.** (2011). These things called empathy: Eight distinct but related phenomena. – In: Decety, J. and W. Ickes (Eds.), *The social neuroscience of empathy*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.

**Chetty R, M. Stepner, S. Abraham, S. Lin, B. Scuderi, N. Turner, A. Bergeron, D. Cutler.** (2016). The Association Between Income and Life Expectancy in the United States, 2001-2014. – In: *JAMA*. Apr 26;315(16):1750-66. doi: 10.1001/jama.2016.4226. Erratum in: *JAMA*. 2017 Jan 3;317(1):90. PMID: 27063997; PMCID: PMC4866586.

**Curls, A.** (2023). National Homeless Facts and Statistics. – In: <https://todayshomeowner.com/general/guides/national-homeless-facts-and-statistics/>, October 30.

**Dardot, P. and C. Laval.** (2013). *The new way of the world: On neoliberal society*. Brooklyn, NY: Verso Books.

**Galtung, J.** (1969). Violence, Peace, and Peace Research. – In: *Journal of Peace Research*, Vol. 6, No. 3, pp. 167 – 191.

**Gould, S. and L. F. Friedman.** (2016). Something startling is going on with antidepressant use around the world. – In: *Business Insider*, <https://www.businessinsider.com/countries-largest-antidepressant-drug-users-2016-2>, February 4.

**Hilgers, J.** (2007). A Portrait of the Exposure and Dialogue Programme Association. – In: *Participatory Learning and Action*. Vol. 57, December.

**Konrath, S. H. and E. H. O'Brien, C. Hsing.** (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis. – In: *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 15, N 2, pp. 180–198.

**Layton, L.** (2014). Some psychic effects of neoliberalism: Narcissism, disavowal, perversion. – In: *Psychoanalysis, Culture, and Society*, Vol. 19, pp. 161 – 178.

**Obama, B.** (2006). *The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming the American Dream*. London: Canongate.

**Prandelli, E., M. Pasquini, G. Verona.** (2016). In user's shoes: an experimental design on the role of perspective taking in discovering entrepreneurial opportunities. – In: *Journal of Business Venturing*, Vol. 31, N 3, pp. 287–301.

**Stinson, L.** (2022). The Empathy Economy Is Booming, but What Happens When Our Emotional Connections to Others Are Designed, Packaged, and Sold? – In: <https://eyeondesign.aiga.org/the-empathy-economy-is-booming-but-what-happens-when-our-emotional-connections-to-others-are-designed-packaged-and-sold/>, %20July%2015.

**Twenge, J. M. And J. D. Foster.** (2008). Mapping the scale of the narcissism epidemic: Increases in narcissism 2002–2007 within ethnic groups. – In: *Journal of Research in Personality*, Vol. 42, N 6, December