

Яшин Антон Владимирович

ВЛАСТЬ И ОБЩЕСТВО: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОГО ТИПА ГОСПОДСТВА

Статья раскрывает содержание отношений между властью и субъектом, характерных для современного общества. Автором выдвигается гипотеза о формировании нового типа власти, основанного на взаимном лоббировании интересов политических сил и корпоративного бизнеса, формирующего общество потребления и осуществляющего господство над ним. Рассматривается проблема изначального противоречия между функцией надзора власти и стремлением к индивидуализации со стороны субъекта, а также форма решения данной проблемы в рамках существующего типа господства.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/7-3/56.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (21): в 3-х ч. Ч. III. С. 223-225. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/7-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 172.1

Статья раскрывает содержание отношений между властью и субъектом, характерных для современного общества. Автором выдвигается гипотеза о формировании нового типа власти, основанного на взаимном лоббировании интересов политических сил и корпоративного бизнеса, формирующего общество потребления и осуществляющего господство над ним. Рассматривается проблема изначального противоречия между функцией надзора власти и стремлением к индивидуализации со стороны субъекта, а также форма решения данной проблемы в рамках существующего типа господства.

Ключевые слова и фразы: власть; общество потребления; корпоративный бизнес; тип господства; индивидуализация; массовое сознание.

Антон Владимирович Яшин

Кафедра философии

Пермский государственный педагогический университет

yashin.anton@inbox.ru

ВЛАСТЬ И ОБЩЕСТВО: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОГО ТИПА ГОСПОДСТВА[©]

Современная политическая реальность – сложная многоуровневая система. Во многом данная система является настолько сложной именно потому, что на современном этапе развития социума, по сути, каждый субъект, каждый индивид включен в систему политического взаимодействия. Осуществляется это частично за счет официальных методов демократического общества, каковым, к примеру, является институт выборов, и неофициальных – взаимодействие общества и власти в процессе любого рода социальной деятельности субъекта. И если официальные институты политической жизни субъекта подразумевают хотя бы формальное вмешательство общества в политические процессы, то неофициальное взаимодействие протекает в основном в рамках жесткого доминирования власти над субъектом.

Несмотря на все разнообразие политической реальности, а, следовательно, во многом и возможностей по ее изучению, приоритетной задачей науки вообще и философии в частности на данном этапе развития социума, на наш взгляд, является именно изучение взаимодействия общества и власти как таковой, представленной не только и не столько официальными политическими структурами. Для подробного рассмотрения данного вопроса необходимо, во-первых, определиться с понятием власти, выяснить, чем она является на данном этапе своего развития.

Здесь необходимо обратиться к работам французского философа-постструктуралиста Мишеля Фуко, который очень четко и принципиально определил любую власть как тотальное господство над индивидом, выражаемое, по сути, в двух функциях: надзор и наказание [5].

Для XX века наиболее характерным является биополитический тип господства, который не столько меняет дисциплинарный, предшествующий ему, сколько дополняет. Новая политическая рациональность направлена уже не просто на организацию и управление когнитивными и деятельностными способностями индивидов. Теперь власть регламентирует социально-биологические особенности жизни индивидов: рождаемость, рост населения, смертность и пр. Осуществляется это зачастую за счет института науки, которая, финансируемая государством, в возрастающей мере начинает использоваться как инструмент подавления и эксплуатации.

Биополитический тип господства формирует биополитическую массу населения, связанную однородными моделями поведения не только в производственных отношениях, но и социально-биологических взаимосвязях. Взаимодействие сферы политического и знания приводит к тотальности политического господства над населением и возможности всеобщего контроля. При этом благодаря современным техникам управления контроль остается незамеченным и легитимизируемым добровольным согласием населения. Подавление свободы индивида и навязывание ему форм поведения порождает общество нового типа – общество, в котором каждый индивид, независимо от возраста и пола, подлежит дисциплинарному воспитанию в специализированных государственных учреждениях: заводах, школах, казармах, больницах, тюрьмах.

Интересный оборот приобретает взаимодействие власти и индивида в XXI веке. Прогрессивное человечество держит курс на гуманизацию всех социальных сфер, в том числе и сферы политической. Таким образом, в XXI веке очень серьезно переплетаются две совершенно противоположные тенденции: тенденция к дисциплинарной универсализации и тенденция к социальной индивидуализации.

Никогда не было так велико значение индивидуальных предпочтений, поэтому установление микро-ориентиров, выражающих потребности малых групп, и способы воздействия на них становятся сейчас очень важным фактором в маркетинге и политических кампаниях. Власть, с одной стороны, вынуждена подстраиваться под растущую индивидуализацию населения, с другой стороны, старательно поощряет данный процесс, позволяя обществу быть более разрозненным и разобщенным. Кроме того, «формирование

возрастающей индивидуализации человека в культуре обусловлено стремлением власти знать об индивидах как можно больше для того, чтобы успешнее ими управлять» [2, с. 36].

Принцип индивидуализации в ходе развития современных рыночных отношений, основанных на принципе распространения «американской гегемонии» [7], подменяется принципом индивидуального потребления, что приводит к формированию общества потребления. Общество потребления характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок.

Общество потребления очень тесно и, главное, абсолютно непротиворечиво переплелось с прогрессом постиндустриального общества. «Если человеческое восприятие материального мира обусловлено осознанием этого мира, имеющим место в истории, то и материальный мир вполне может оказывать влияние на жизнеспособность конкретного состояния сознания. В частности, впечатляющее материальное изобилие в развитых либеральных экономиках и на их основе – бесконечно разнообразная культура потребления, видимо, питают и поддерживают либерализм в политической сфере» [6]. Общество потребления оказывается самой тоталитарной социальной конструкцией, но его тоталитаризм ненавязчив и маскируется под огромную, невиданную ранее, свободу выбора материальных благ.

Господствующая в массовом сознании модель потребления как высшей ценности позволяет поддерживать существование корпоративного бизнеса, который зачастую данную модель потребления всячески навязывает. Сейчас не станем углубляться в поиск первопричины такой ситуации, однако данный взаимонаправленный процесс, несомненно, существует, то есть корпоративный бизнес создает для субъекта образ потребления, а субъект, в свою очередь, имеет крайнюю заинтересованность в постоянной актуализации данного образа.

Взаимоотношение общества и действующих либерально-демократических властных структур выражено следующим процессом. Власть, поддерживаемая корпоративным бизнесом, лоббирует интересы корпораций и обеспечивает для субъекта полную свободу потребления. Субъект, ведомый ценностями общества потребления, отдает свой голос, в прямом и переносном смысле, действующим властным структурам. Причем процесс выборности, если разобраться, протекает сейчас иначе, чем в XX веке. Выбор субъект осуществляет не только по характеристикам потребительской выгоды, но и по образу самого кандидата, который вынужден презентовать себя и продать, как любой другой товар. Даже «элита, самая богатая и самая образованная часть общества, стала больше интересоваться личностью кандидата, чем стратегическими и экономическими проблемами страны» [4, с. 197]. Политика приобретает форму политического маркетинга. Политическая свобода в обществе потребления сродни свободе потребительского выбора в торговом центре. Между корпоративным бизнесом и либерально-демократической властью наблюдается процесс сближения.

Если говорить о конкретно-исторической ситуации, то становится очевидным, что прародителем современного общества потребления, да и вообще модели современного общества (триады: корпоративный бизнес – либерально-демократическая власть – общество потребления) были Соединенные Штаты Америки.

«Впервые сознательно общество потребления стало пропагандироваться американскими президентами Д. Эйзенхауэром, Дж. Кеннеди, Л. Джонсоном. Материальная обеспеченность, по их мысли, должна была стать главным козырем в холодной войне с СССР: “Пусть русские запускают спутники, пусть освобождают негров от рабства колониализма, пусть гордятся своими достижениями в шахматах и балете, а мы будем просто... лучше жить и, в конце концов, масса пойдет за нашими идеалами”» [1, с. 219].

Таким образом, XXI век представляет собой в подобном разрезе рассмотрения интересную картину: с одной стороны, человек во всех своих социальных связях и отношениях стремится к максимальной индивидуализации, свободе выбора, с другой стороны, данный процесс, выражаясь современным языком, тоже становится мейнстримом и протекает в рамках господства идеалов потребления. В обществе потребления каждый является одновременно и потребителем, и менеджером по продажам, что предписывает каждому субъекту определенные модели поведения. Общество потребления в данном случае лоббирует интересы современной либерально-демократической власти, которая, в свою очередь, делегирует часть своих полномочий экономическому базису современной власти – корпоративным собственникам средств производства. Происходит это главным образом потому, что корпоративный бизнес, который формирует всю культуру потребления – моду, ценности, нормы поведения и пр., – является решающим рычагом воздействия на субъект, погруженный в бесконечную череду подобных взаимосвязей.

Здесь мы можем сделать вывод о сближении экономического базиса и политической надстройки (выражаясь марксистской терминологией), которое приводит к появлению нового типа политического господства (выражаясь языком Мишеля Фуко). Вслед за дисциплинарным и биополитическим типами господства на данном этапе социально-экономического развития кажется целесообразным выделить новый тип власти – корпоративный. Данное определение, очевидно, происходит из той роли, которую в XXI веке играет корпоративный бизнес в политической жизни мира. Власть в XXI веке предстает перед нами как господство корпораций.

Бернар Стиглер, французский философ, анализируя общество потребления и его взаимосвязь с политической структурой, утверждает, что современный капитализм регулируется потреблением, а не производством, а рекламные технологии используются для создания суммы потребительского поведения, которая приводит к разрушению психической и коллективной индивидуации. «Мы видим технику веры в финансовых рынках и инструментах культа. Потому что капитализм основан на вере и на кредите» [3].

Вопрос о конкретных техниках власти (реклама, система кредитования, корпоративная этика и др.) с точки зрения их роли в формировании массового политического сознания требует подробной разработки и написания отдельной работы. Здесь лишь заострим внимание на том, что современные политические технологии в большинстве своем опираются на маркетинговые исследования, что еще раз свидетельствует о тесной связи сферы политики и экономики и создании ими единого поля власти.

Таким образом, в XXI веке формируется корпоративный тип политического господства, основным отличием которого от предшествующих (дисциплинарного и биополитического) является наличие сближения между экономическим базисом (корпоративными собственниками средств производства) и политической надстройкой (либерально-демократической властью). Объединение усилий экономико-политических сил позволяет построить непротиворечивую, на первый взгляд, модель общества, в которой осуществляется тотальный контроль над всеми его членами, а существующее изначально противоречие между функцией надзора и стремлением к индивидуализации стирается в рамках потребительского общества за счет подмены принципа индивидуализации принципом индивидуального потребления.

Список литературы

1. **Большая актуальная политическая энциклопедия** / А. В. Беляков и др. М.: Эксмо, 2009. 424 с.
2. **Жеребкина И.** «Прочти мое желание...». Постмодернизм. Психоанализ. Феминизм. М.: Идея-Пресс, 2000. 256 с.
3. **Паутова Е.** Нерассчитанные эффекты [Электронный ресурс]. URL: <http://mmj.ru/index.php?id=158&article=811> (дата обращения: 19.05.2012).
4. **Пенн М. Дж.** Микротенденции: маленькие изменения, приводящие к большим переменам / пер. с англ. А. В. Савинова. М.: АСТ; АСТ МОСКВА, 2009. 510 с.
5. **Фуко М.** Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова. М.: Ad Marginem, 1999. 480 с.
6. **Фукуяма Ф.** Конец истории? [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Article/_Fuk_EndIst.php (дата обращения: 19.05.2012).
7. **Фукуяма Ф.** Столкновение культур и американская гегемония // Без темы. 2007. № 1. С. 41-48.

POWER AND SOCIETY: FORMATION OF NEW TYPE OF SUPREMACY

Anton Vladimirovich Yashin

Department of Philosophy

Perm' State Pedagogical University

yashin.anton@inbox.ru

The author reveals the content of the relations between power and subject typical of modern society, puts forward the hypothesis about the formation of the new type of power basing on the mutual lobbying of political forces and corporate business interests, which forms consumer society and implements supremacy over it, and considers the problem of the initial contradiction between the function of power inspectorate and the desire for individualization on the part of subject, as well as the form of this problem solution within the framework of the existing type of supremacy.

Key words and phrases: power; consumer society; corporate business; type of supremacy; individualization; mass consciousness.