

Научная статья

УДК 327

DOI 10.52070/2500-347X_2022_3_848_18



Особенности легитимации политической власти в условиях становления сетевого общества

А. А. Брега

*Институт социологии Российской академии наук, Москва, Россия
abrega67@gmail.com*

Аннотация. В статье рассматривается легитимация власти как коммуникативный процесс, воспроизводящий определенный набор фреймов, с которыми соглашаются или не соглашаются те или иные значимые социальные группы. При этом в современном сетевом обществе постмодерна возникает ситуация, когда реальные события все в большей степени подменяются их симулякрами, которые представляют собой виртуальный мир, живущий по своим законам.

Ключевые слова: легитимность, общество постмодерна, политический консьюмеризм, новая реальность, политические симулякры, государство

Для цитирования: Брега А. А. Особенность легитимации политической власти в условиях становления сетевого общества // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2022. Вып. 3(848). С. 18–22. DOI: 10.52070/2500-347X_2022_3_848_18

Original article

Features of the Legitimization of Political Power in the Conditions of the Formation of a Network Society

A. A. Brega

*Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
abrega67@gmail.com*

Abstract. The article considers the legitimization of power as a communicative process that reproduces a certain set of frames with which certain significant social groups agree or disagree. At the same time, in the modern postmodern network society, a situation arises when real events are increasingly replaced by their simulacra, which represent a virtual world living according to its own laws.

Keywords: legitimacy, postmodern society, political consumerism, new reality, political simulacra, the state

For citation: Brega, A. A. (2022). Features of the legitimization of political power in the conditions of the formation of a network society. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences, 3(848), 18–22. 10.52070/2500-347X_2022_3_848_18

ВВЕДЕНИЕ

Легитимизация власти остается важнейшей задачей политической практики и нуждается в постоянном научном осмыслении, поскольку связана с перспективами устойчивого развития социума. Современность, определяемая рядом социологов обществом риска, является питательной средой для возникновения новых угроз, при этом глобализация меняет как характер рисков и угроз, которые встают перед индивидом и обществом, так и способность социальных субъектов им противостоять.

Современный мир столкнулся с новой реальностью, в условиях которой многие классические теории и традиционные подходы к изучению вопросов государственности, укрепления ее стабильности стали все больше уступать свое место новым концептуальным подходам и теоретическим моделям. Более того, эти подходы стали активно использоваться в практике строительства государственности разных стран и широко внедряться в область политики и государственного регулирования общественными процессами [Бауман, 2002; Коблева, Схалято, 2017]. Также отмечается переход от классических и неоклассических интерпретаций таких понятий, как «государство», «гражданское общество», «политические институты», «политические партии», «политическое участие», «выборы», «легитимность власти» и других терминов политологии и политической социологии, в рамках которых описывалось развитие политического процесса и государственности [Николаева, Ившина, 2009; Уткин, 2001].

Сегодня претерпели существенные изменения многие смысловые значения определяющих и результирующих факторов стабильности развития государственных и общественных систем, а также само понимание «устойчивости развития», в первую очередь из-за перехода от модернизма к постмодернизму.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНИЗМА

Постмодернизм как современная культурная доминирующая парадигма, в отличие от модернизма, не разделяет мир на «современные» и «архаичные» политические культуры и государства, не противопоставляет модернизм и традиционализм, не выступает адептом западных ценностей, закрепляя за ними статус универсальных и общечеловеческих.

В рамках теории постмодерна вопросы развития государства и государственности рассматриваются

в контексте таких концептов и терминов, как «новая реальность», «общество потребления», «политический консьюмеризм», «симулякры», «политическая сцена», «политический театр», «политические технологии», «гибридное государство» [Новиков, 2019]. Особый научный интерес в плане реальности постмодерна вызывает проблема появления имитационных моделей государственности, которые носят символический знаковый характер и представляют собой скорее форму самовывживания, политической самоидентификации, политического компромисса и самоутверждения, чем вид реального государственного строительства [Энжел, Блэкуэлл, Миниард, 2017]. Подобные трансформации существенно видоизменяют саму суть легитимации власти в условиях современного сетевого постмодернистского общества.

Для объяснения специфических черт новой реальности Ж. Бодрийяр ввел понятие «симулякр» – образ и имидж того, что реально не существует, а является лишь социальным конструктом, не имеющим прямой связи с тем, что он сигнализирует [Бодрийяр, 2000]. Современный социум при переходе к информационному обществу и по мере его развития основан на производстве и обмене различных слов и имиджей, которые аннигилируют любую «реальность», с которой они могут быть соотнесены. Масс-медиа и особенно телевидение начинают так воздействовать на ситуации, что имидж и реальность уже во многом неотличимы друг от друга и одно заменяет собой другое.

Политические ценности, институты и события превращаются в объекты символического значения. Знаковое потребление становится своего рода кодом общения между людьми и распространяется не только на вещи, товары и услуги, но и на все окружение человека – на образы, события, явления, включая государственные события и политические явления, создаваемые массовыми коммуникациями, на социальные отношения людей в целом, на политические институты и политические отношения. На смену реальному государству приходит имидж государства, который становится главным объектом формирования и строительства. Это же касается политических партий, общественных движений, политических событий. Легитимация тем самым приобретает характер коммуникации, набора фреймов, с которыми соглашаются или не соглашаются те или иные влиятельные в пространстве коммуникаций группы, при этом механизмы реальной обратной связи практически перестают иметь значения, важны лишь коммуникационные процессы, происходящие в медиа и достаточно заметные в его рамках [Коблева, Схалято, 2017].

Знаки или образы, отрываясь от конкретных объектов, явлений, которые они изначально репрезентировали и символизировали, становятся симулякрами, приобретающими автономный смысл и переставшими соответствовать оригиналу и соотноситься с реальностью. Симулякры активно используются в коммуникативных процессах современного общества и выступают важной основой формирования потребительских предпочтений. Массмедиа, как подчеркивал Ж. Бодрийяр, являются основным пространством, функционирования симулякров, основными чертами которых являются соблазн, экстаз, избыточность эстетического, «транспозиционность» [Бодрийяр, 2000].

В постмодернистской картине мира разные формы политического участия и политической активности описываются уже не в концептуальных рамках теории гражданского общества или классовой борьбы, а в терминах политического консюмеризма, т. е. политическая борьба сводится к противостоянию потребителей политического контента, а легитимность обеспечивается их доминированием в рамках медиапространства. Само потребление как основа общественной деятельности, определяющая и влияющая на производство, все больше превращается из материальной практики в социально-культурную деятельность. Эти аспекты развития общества постмодерна и общества потребления нашли свое отражение и осмысление в работах З. Баумана, П. Слотердайка, Э. Гидденса, У. Ханнерза.

КОНСЮМЕРИЗМ КАК ГЛАВЕНСТВУЮЩИЙ СТАТУС В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ ЛЕГИТИМАЦИИ ВЛАСТИ

Консюмеризм получает главенствующий статус в новой реальности и наряду с философией постмодернизма существенно воздействует на систему ценностей и поведение людей, оказывая ключевое влияние на процессы социализации и идентификации индивида, на легитимацию существующего порядка. Сдвиг от «материальных ценностей» к «постматериальным ценностям» отмечается в работах Р. Инглхарта. На первый план выдвигаются самовыражение и качество жизни, которые начинают приобретать приоритет над материальным потреблением [Коблева, Схалято, 2017].

В наше время «постмодернизация» представляет собой сдвиг в стратегиях выживания за счет изменения образа жизни, ключевое значение в котором отводится уже не удовлетворению первичных базовых потребностей, а в большей степени минимизации постоянно нарастающего психологического стресса на уровне личности и социальных

рисков на уровне общественных систем. Всё это влияет на потребительское поведение в условиях информационного общества, включая формы политического участия и политической активности, отношения к государству, власти проводимой ими политики, которые, по сути, становятся символическими «брендовыми» объектами массового потребления. Единственным источником субъектности, как считает Ж. Бодрийяр, в современном обществе становится способность к потреблению. Отношения потребления фактически отождествляются с субъектностью [Бодрийяр, 1999].

В трактовке консюмеризма особый акцент ставится на следующих его особенностях:

- генерализация потребления, то есть сведение всех видов социальной деятельности к потреблению;

- «этика расточительства», ориентированная на настоящее и опирающаяся на кредит (в политической сфере – это кредит доверия к власти и партиям) [Новиков, 2019];

- ориентация на получение удовольствия, наслаждения, внутреннего подъема от использования товаров и услуг [Слотердайк, 2014];

- модальность потребления не как пассивного использования вещей, а как активного процесса их выбора и регулярного обновления, в котором обязан участвовать каждый член общества;

- потребительская практика, представляющая систематическое манипулирование знаками, носит скорее нематериальный, а символический характер;

- стремление к достижению виртуальной целостности всех вещей и сообщений, составляющих... связанный дискурс [Энжел, Блекуэлл, Минирд, 2017];

- стремление избавиться от внутреннего напряжения, вызванного подавлением запрещаемых культурой желаний, посредством поиска символического заменителя данных желаний [Фрейд, 1992].

Е. М. Николаева, О. Я. Ившина отмечают в своей работе «Политический консюмеризм, или «пустая» объективация»: «Современные политические технологии выводят индивида из сферы рационального политического мышления. Принимая содержание политики, подчиняясь ее жизнедеятельности, человек становится проводником и носителем отчужденности. Очевидной является ситуация, в которой исчезающее Я уступает место пассивному, равнодушному наблюдателю либо политическому конформисту...» [Николаева, Ившина, 2009, с. 55].

В этой связи в контексте существующих подходов к новому видению государства, легитимности власти встает вопрос о том, что представляет в социологическом и политологическом плане

современное государство в новой реальности, в чем истоки его стабильности и устойчивости. По сути, социальный порядок, общественная безопасность, легитимность власти, ее преемственность, держатся на общем имидже государства, на кредите доверия к его институтам и лидерам. Другими словами, на представлениях о государственности как воплощении общественных ожиданий, притязаний, страхов, надежд, особенностей представления своего места в системе других государств и народов, национальных представлений о свободе, справедливости, благополучии, о власти и отношении к ней.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современное сетевое общество постмодерна характеризуется своим движением к виртуальности. Возникает ситуация, когда реальные события всё в большей степени подменяются их симулякрами, которые представляют собой виртуальный мир, живущий по своим законам [Слоттердаjk, 2014]. Важную роль в этом процессе играют политические симулякры, которые представляют имитационную

картину национальной идеи, исторической миссии и современной роли того или иного государства. Они дают огрубленный образ государственных институтов, современного миропорядка, социальных групп, и их ценностей. Симулякры выступают основным средством манипуляции массовым сознанием. На смену рациональному и логическому восприятию реальности приходит клиповое сознание, которое является во многом продуктом внушения и массовой манипуляции [Энжел, Блэкуэлл, Миниард, 2017]. Для него характерна психологизация явлений, схематичное знаковое мышление с использованием уже готовых ментальными клише и конструкций. Легитимация власти в таком обществе всецело зависит от процессов, происходящих в медиапространстве, что в обществе постмодерна приобретает характер политического консьюмеризма, где легитимность обеспечивается за счет управления дискурсом, потребления контента политического характера значимыми в медиа, активными группами, сама активность которых создает фон для легитимации тех или иных властных решений. При этом политический процесс дробится на отдельные вопросы, относительно которых идет дискурсивная борьба.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бауман З. Индивидуализированное общество. М. : Логос, 2002.
2. Кobleva Э. А., Схалыто З. Ч. Идеология потребления в духовной жизни современного общества // Грамота. 2017. № 1. С. 115–118.
3. Николаева Е. М., Ившина О. Я. Политический консьюмеризм, или «пустая» объективация // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. 2009. Т. 151. № 1. С. 51–57.
4. Уткин А. И. Глобализация: процесс и осмысление М. : Логос, 2001.
5. Новиков К. В плену «ультранормальности»: Сурков – создатель первого в мире постмодернистского государства // Геополитика.ru. 2019, 17 февраля. URL: <https://www.geopolitica.ru/article/v-plenu-ultranormalnosti-surkov-sozdatel-pervogo-v-mire-postmodernistskogo-gosudarstva>
6. Энжел Д. Ф., Блэкуэлл Р. Д., Миниард П. У. Поведение потребителей. СПб. : Питер Ком, 2017.
7. Бодрийяр Ж. Соблазн : пер. с фр. А. Гараджи. М. : Ad Marginem, 2000.
8. Бодрийяр Ж. Система вещей : пер. с франц. М. : Рудомино, 1999.
9. Слоттердаjk П. Критика цинического разума. Екатеринбург: У-Фактория ; М. : АСТ-МОСКВА, 2014.
10. Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М. : Ренессанс, 1992.

REFERENCES

1. Bauman, Z. (2002). Individualizirovannoe obshchestvo = Individualized society. Moscow: Logos. (In Russ.)
2. Kobleva, E. A., Skhalyakho, Z. Ch. (2017). Ideology of consumption in spiritual life of modern society. Gramota, 1, 115–118. (In Russ.)
3. Nikolaeva, E. M., Ivshina, O. Y. (2009). Political Consumerism, or “Empty” Objectification. Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki, 1(151), 51–57. (In Russ.)
4. Utkin, A. I. (2001). Globalizatsiya: process i osmyslenie = Globalization: Process and Understanding. Moscow: Logos. (In Russ.)
5. Novikov, K. (2019, February 17). Vplenu «ul'tranormal'nosti»: Surkov – sozdatel' pervogo v mire postmodernistskogo gosudarstva = Captured by «ultranormality»: Surkov – the creator of the world's first postmodern state. Geopolitica.ru. <https://www.geopolitica.ru/article/v-plenu-ultranormalnosti-surkov-sozdatel-pervogo-v-mire-postmodernistskogo-gosudarstva>. (In Russ.)
6. Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. (2017). Consumer Behavior. St. Petersburg: Piter Kom. (In Russ.)

7. Baudrillard, J. (2000). Seduction. Tr. from French A. Faradzhi. Moscow: Ad Marginem. (In Russ.)
8. Baudrillard, J. (1999). The system of objects. Tr. from French. Moscow: Rudomino. (In Russ.)
9. Sloterdijk, P. (2014). Critique of Cynical Reason. Ekaterinburg: U-Faktoriya; Moscow: ACT MOSKVA. (In Russ.)
10. Freud, Z. (1992). Psychoanalysis, Religion, Culture. Moscow: Renessans. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Брега Александр Александрович

аспирант Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра
Российской академии наук

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Brega Alexander Alexandrovich

Postgraduate student of Federal Center of Theoretical and Applied Sociology
of the Russian Academy of Sciences

Статья поступила в редакцию 28.03.2022
одобрена после рецензирования 13.05.2022
принята к публикации 12.07.2022

The article was submitted 28.03.2022
approved after reviewing 23.05.2022
accepted for publication 12.07.2022