

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.11.27>

Стоян Арсен Александрович

**РОЛЬ МЕДИАСПЕКТАКЛЯ ДУГЛАСА КЕЛЛНЕРА В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО ОБЩЕСТВА**

В данной статье проводится анализ идей Д. Келлнера как представителя "третьего поколения" Франкфуртской школы в развитии критической теории общества. Под влиянием работ Ги Дебора Келлнер рассматривает современное общество как следующий этап после "общества спектакля", когда геймификация в интерпретации событий зависит от репрезентации со стороны медиаперсон. Философ определяет эту систему как "медиаспектакль", выступающий связующим звеном между властными структурами и народонаселением, массмедиа дают дозированную информацию с целью контроля и формирования определенного общественного мнения.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/9/2019/11/27.html](http://www.gramota.net/materials/9/2019/11/27.html)

Источник

**Манускрипт**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 11. С. 152-156. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/9.html](http://www.gramota.net/editions/9.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/9/2019/11/](http://www.gramota.net/materials/9/2019/11/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

10. Кропоткин П. А. Этика: избранные труды. М.: Политиздат, 1991. 496 с.
11. Памяти А. И. Герцена. 18 января 1920 // Белоус В. Г. Вольфила: 1919-1924: в 2-х кн. М.: Модест Колеров и Три квадрата, 2005. Кн. 1. Предыстория. Заседания. С. 118-154.
12. Памяти Вл. Соловьева. 15 августа 1920 // Белоус В. Г. Вольфила: 1919-1924: в 2-х кн. М.: Модест Колеров и Три квадрата, 2005. Кн. 1. Предыстория. Заседания. С. 355-384.
13. Памяти П. Л. Лаврова. 8 февраля 1920 // Белоус В. Г. Вольфила: 1919-1924: в 2-х кн. М.: Модест Колеров и Три квадрата, 2005. Кн. 1. Предыстория. Заседания. С. 155-189.
14. Рукописный отдел Института русской литературы Российской академии наук (РО ИРЛИ РАН). Ф. 79. Оп. 1. № 155.
15. Рябов П. В. Проблема личности в учении П. А. Кропоткина // Труды Международной научной конференции, посвященной 150-летию со дня рождения П. А. Кропоткина. М., 1995. Вып. 1. Идеи П. А. Кропоткина в философии. С. 156-169.

**IDEOLOGICAL HERITAGE OF THE NARODNIK DOCTRINE  
AND THE PROBLEM OF AN AUTONOMOUS PERSONALITY  
AS IT WAS PERCEIVED BY THE FREE PHILOSOPHICAL ASSOCIATION (1919-1924)**

Vyazinkin Aleksei Yur'evich, Ph. D. in Philosophy  
Tambov State Technical University  
vyazinkin@yandex.ru

The article examines the perception of the Narodnik doctrine by the Free Philosophical Association members in the context of the autonomous personality problem. In the Narodnik social and philosophical doctrine, the problem of an anthropological ideal established itself as a conception of the autonomous personality. The historical and philosophical analysis of the neo-Narodnik conceptions in the Free Philosophical Association (in particular, attitude to ideological heritage of A. I. Herzen, P. L. Lavrov, N. K. Mikhailovsky and P. A. Kropotkin) allows identifying the correlation of social-philosophical and philosophical-anthropological trends, this problem is relevant at the modern stage of social and technological development.

*Key words and phrases:* A. I. Herzen; P. L. Lavrov; N. K. Mikhailovsky; P. A. Kropotkin; Narodnik movement; autonomous personality; neo-Narodnik movement; Free Philosophical Association.

УДК 1; 091(1)

Дата поступления рукописи: 02.08.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.11.27>

*В данной статье проводится анализ идей Д. Келлнера как представителя «третьего поколения» Франкфуртской школы в развитии критической теории общества. Под влиянием работ Ги Дебора Келлнер рассматривает современное общество как следующий этап после «общества спектакля», когда геймификация в интерпретации событий зависит от репрезентации со стороны медиаперсон. Философ определяет эту систему как «медиаспектакль», выступающий связующим звеном между властными структурами и народонаселением, массмедиа дают дозированную информацию с целью контроля и формирования определенно-го общественного мнения.*

*Ключевые слова и фразы:* медиаспектакль; массовый человек; общество спектакля; репрезентация; информационная избыточность; критическая теория общества.

**Стоян Арсен Александрович**

*Мурманский государственный технический университет  
stoyan.arsen@mail.ru*

**РОЛЬ МЕДИАСПЕКТАКЛЯ ДУГЛАСА КЕЛЛНЕРА  
В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО ОБЩЕСТВА**

В современном массовом обществе, ключевыми особенностями которого являются строгая направленность на потребление, функциональность всех элементов как смысловая основа, а также информационная перенасыщенность, определяющую роль играют массмедиа. Являясь связующим звеном между властными структурами и народонаселением, массмедиа дают дозированную информацию с целью контроля и формирования определенного общественного мнения, в нынешних условиях это достигается путем влияния медийных образов, по сути, формирующих систему медиаспектакля. На этом фоне особую актуальность получают работы Дугласа Келлнера, чья теория медиаспектакля носит важный описательный характер системы современных общественных отношений, однако необходимо отметить, что сформирована она под большим влиянием работ Ги Дебора. Учитывая, что эволюция массмедиа идет по очень схожим законам в Российской Федерации (в сравнении с западными странами), формируя то же общество медиаспектакля с небольшими национальными особенностями, анализ положений теории Келлнера, сформированной под влиянием «общества спектакля» Ги Дебора, является **актуальной** темой для рассмотрения.

**Целью** исследования является анализ идей Дугласа Келлнера как представителя «третьего поколения» Франкфуртской школы в развитии критической теории общества. Основываясь на фундаменте работ Ги Дебора, Келлнер считает, что использование термина «общество спектакля» уже немного некорректно, ведь современное общество находится на следующем этапе. Его особенностью является элемент геймификации,

который в интерпретации ряда текущих событий оказывается в зависимости от репрезентации медийными персонами. Философ определяет эту систему как «медиаспектакль», отражающий современный этап становления общества массового человека.

Среди **задач** данной работы можно выделить следующие: рассмотрение основных положений теории деборовского «общества спектакля», анализ особенностей развития современного общества, из-за которых теория Дебора оказалась частично неактуальной, а также концепции медиаспектакля Дугласа Келлнера как логичного этапа эволюции и актуализации воззрений Ги Дебора с учетом современных реалий.

Любое важное событие оказывается на втором плане, в то время как массмедиа уделяют все внимание другой, более важной проблеме – репрезентации отдельных категорий социума. Но по сути это лишь служит отвлечением внимания, с одной стороны, и втягиванием в потребительскую гонку ранее считавшихся маргинальными групп – с другой. При этом часть положений теории Келлнера основаны на теориях Ги Дебора, с учетом их актуализации на реалии современности. Рассмотрение эволюции от «общества спектакля» Дебора к концепции келлнеровского «медиаспектакля» определяет компонент **научной новизны** работы.

Современное массовое общество, окончательно сформировавшись в информационной стадии развития, перешло к медленной перестройке в соответствии с наступающей «постидеологической» эрой. Если ранее различные политические идеологии постепенно старались поставить себе на службу выигрышные моменты массового общества, то с течением времени они выродились в единую потребительскую идеологию, суть которой заключается в поддержании системы безудержного потребления, что положительно сказывается на показателях экономического роста. И если потребительская идеология стала превалировать, внешняя оболочка прежних политических идеологий никуда не делась. Для их успешного функционирования были внедрены различные общественные институты, которые являются лишь симулякрами – набором символов из виртуального мира, которые не имеют реальной власти и воздействия. Их задача – поддержание привычного статуса-кво в системе ориентированной на бесконечный рост общественной структуры и подчинение со стороны ее составных элементов – индивидуумов, чья роль сведена к исполнению функции бездумного потребления.

Критическая теория общества, созданная участниками Франкфуртской школы социальных исследований, затрагивала проблемы трансформации общественных отношений в сторону примитивизации и воцернения потребительской идеологии еще в середине XX века. Среди внесших значительный вклад в ее формирование можно выделить таких выдающихся философов, как Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер, Эрих Фромм, Герберт Маркузе. Их подход отличался синтезом методов анализа в гуманитарных науках и выстраивания полноценной картины существующей модели общества с ее недостатками и потенциальными рисками негативного развития. Данных авторов принято называть «первым поколением» Франкфуртской школы.

Условное «второе поколение» представлено Юргеном Хабермасом и не относившимся к ним напрямую Ги Дебором, чьи работы касательно трансформации структуры общества продвинули на новый уровень развитие критической теории.

Magnum opus Дебора «Общество спектакля» стала одной из первых работ, в которых системно поднимался вопрос общества не как развитой системы сочленения техногенного и социального, но как совокупности символов и ряда игровых действий, имитирующих общественные институты и схемы их взаимодействия, по сути, не несущих никакой практической значимости [2].

Дебор пришел к выводу, что система современных общественных институтов выродилась в некую динамичную структуру, трансформирующуюся сообразно обстоятельствам со стороны узурпирующих власть управляющих элементов. Социальные отношения опосредованы собственной имитацией, каждая из которых лишь символический образ, не несущий в себе ничего из разряда реальности и возможности непосредственного переживания. Такое общество может носить только название «спектакля», в основе которого лежит самая «первичная общественная специализация – специализация власти» [Там же, с. 39].

Покорение общества, внедрение в любой социальный процесс элементов авторитарного контроля и последующее применение карательного аппарата основаны на глубоком сращивании средств массовой информации и социума. Отныне нельзя «прочувствовать» какие-либо процессы, любая структура общества, будь то экономика, политика или культура, могут являться лишь некоторой совокупностью ничего не представляющих из себя образов [1, с. 287].

Но если работы Дебора касались по большей части реалий 70-х годов прошлого века, когда переход в стадию информационного общества начал только осуществляться, а о потере смысла идеологии только начали говорить отдельные философы вроде Дэниела Белла, то за прошедшие с того момента 25 лет многое изменилось. В современном мире, который с популяризацией информационно-коммуникационных технологий передачи информации со второй половины 90-х годов XX века перешел в окончательную стадию формирования информационного общества, порядок многих процессов трансформировался до неузнаваемости.

Идеология в классическом виде более не существует в современном мире, все сосредоточено на потреблении и демонстрации статуса. Индивид оказывается втянут в потребительскую гонку, растрачивая на нее все свое время и работая ради возможности в ней участвовать. В этом «дивном новом мире» все подчинено функциональности, даже роль каждого человека сведена к определенной функции. Под воздействием глобализации в мире активно идут процессы унификации культурного кода всех стран, приведения к единому стандарту, в котором каждый элемент исполняет заданную роль.

В этих условиях, сопровождаемых переходом к конечной стадии информационного общества, усиления медиа, скачкообразного увеличения массивов данных, для обработки которых требуются сложные автоматизированные программные комплексы, обычный индивид оказывается в агрессивной среде, ведь мозг обычного

человека не в состоянии обработать такое количество информации. В этом случае единственным способом выживания в резко меняющихся условиях является ориентир на доступные для человека источники обработки информации, способные подавать ее в дозированном и структурированном виде. Сначала в роли подобного ориентира выступает телевидение, затем появляется массовый Интернет с его социальными сетями и многочисленными источниками информации.

Конечная цель этих источников – передать в правильной и упрощенной форме интерпретацию события с возможностью соблюдения статуса-кво для массового человека, без сильного негатива или риска неповиновения. Подача ведется в игровой форме с максимальным упрощением и примитивизацией понятий, к которым индивид быстро привыкает. В таком случае медиа усиливают свою роль в качестве интерпретатора и наставника, создавая серьезную зависимость для основной части массового общества. Вместо здравого многофакторного анализа существующих проблем и событий индивид получает ограниченное информационное видение, которое почти сразу же отходит на второй план на фоне иных важных дилемм – необходимости репрезентации отдельных социальных групп [6].

В этих условиях, когда деборовское видение через призму теории «общества спектакля» оказывается не совсем актуальным по отношению к происходящим событиям, возникает необходимость пересмотра некоторых положений Дебора в соответствии с новыми реалиями современного массового общества. Такую роль взял на себя получивший широкое признание американский профессор философии Дуглас Келлнер, чьи работы продолжают развивать идеи Ги Дебора, но с корректировкой на современные особенности массового общества. Преемственность ощущается даже в названии концепций: подобно Ги Дебору, Келлнер предлагает концепцию медиаспектакля, в которой учтен переход на всеобщую информатизацию и глобальное увеличение данных.

Дуглас Келлнер обращает внимание на смену вектора в процессе трансформации и расширения охвата средствами массовой информации: в виде актуальной общественной проблемы выступают дискриминация и отсутствие представленности той или иной узкой социальной группы. Посредством массмедиа ведется прощупывание аудитории на готовность к открытому обсуждению проблем конкретной социальной группы. В случае приемлемости и толерантности со стороны основной части социума или хотя бы пассивности касательно рассматриваемого вопроса, внимание сосредотачивается либо на представителях анализируемой социальной группы, с кем произошел какой-либо вопиющий случай, либо с медийной личностью, которая обозначила свою приверженность к ним. Повышенная цитируемость случая или точки зрения представителя социальной группы формирует точку зрения основной аудитории с позиции сочувствия или сопереживания. Связанная с этим личность становится базовым элементом массовой репрезентации той или иной социальной группы, ее условным символом [8, p. 29].

Тем не менее даже эта репрезентативность носит второстепенный характер по сравнению с основными задачами массмедиа: подстегивание потребительских настроений как показателя статуса и замена традиционной культуры. Надо отметить, что звучащие несколько радикально тезисы теории Келлнера справедливы, прежде всего, для реалий США и не в такой степени касаются других стран.

Но если следовать анализу тенденций, которые задаются в Соединенных Штатах и оказывают свое влияние по всему миру, стоит отметить следующую особенность: деидеологизированное информационное общество основано на необходимости постоянного воспроизводства благ, как материальных, так и нематериальных. Вся идеологическая составляющая давно свернута, основой является постоянное потребление, это провозглашается главной общественной идеей. Индивид в этой цепочке – исполнительное звено, которое участвует в производственном процессе, чтобы на полученное вознаграждение тратить все свободное время в погоне за благами, продвижение которых подстегивается агрессивным маркетингом и внедряет идею важности статусного потребления как единственного отличия от окружающего социума. В этом случае важнейшей задачей массмедиа становится создание ролевых моделей на базе раскрученных медийных персон, чье статусное потребление должно стимулировать аудиторию. Получается парадоксальная ситуация: даже те персоны, которые изначально получили медийность для репрезентации своей социальной группы, со временем переходят в статус ролевой потребительской модели, направленной, в свою очередь, на стимуляцию спроса со стороны этой группы [11, p. 27].

Касаясь замены традиционной культуры, массмедиа формируют иную среду, которую условно можно назвать медийной культурой. В ней нет понятия «произведение искусства», любой элемент – это контент, предназначенный для потребления наиболее широкими массами. Созидательная и эстетическая роль искусства нивелируется, создание контента, выраженного в виде видеоигр, сериалов, интернет-каналов и прочего, должно подстегивать мыслительную функцию лишь в одном направлении – стимулировании потребления. Кроме того, контент выступает в роли еще более субъективной подачи информации, представленной в виде примитивных игровых моделей. Они показаны на примере «лидеров мнений» и прочих элементов репрезентативной выборки разных социальных групп [7, p. 43].

Тем не менее структура медиаспектакля подразумевает под собой не только продвижение идей потребления, монополизации развлекательной функции или поглощения свободного времени представителями социума, но порой медиаспектакль является тщательно спланированной цепочкой событий, сотворенных для продвижения интересов властных элит. Факт осуществления этого события отражает реализацию собственных сугубо утилитарных целей со стороны представителей власти. Так, Д. Келлнер относит события 11 сентября 2001 года к категории «ужасающих спектаклей», которые сумели запугать социум, закрыть глаза индивидов на введение ограничивающих права и свободу законов (в частности, «Патриотический акт»), а также послуживших развязыванию последующей войны для реализации интересов властных групп [9, p. 96].

Келлнер характеризует общество медиаспектакля не только как современный этап общества массового человека, но также отражение новой формы существования технокапитализма. Рожденная на стыке прямой взаимозависимости капитала, ресурса технологического знания, массивов информации и индустрии развлечений, данная система формирует «инфоразвлекательное общество» (infotainment society), чьей действующей силой является медиаспектакль. По мнению философа, этот термин наиболее корректно отображает существующую синергию между развлекательной индустрией и информационно-технологической средой, основная направленность которой связана с развитием технологий, способствующих открытиям в сфере коммуникаций и обработки информации, но с почти полным игнорированием всех остальных научных сегментов. В данном случае с Келлнером сложно дискутировать: в развитии телекоммуникационных систем произошел серьезный рывок, в то время как, например, покорение космической орбиты в разы замедлилось [10, p. 77].

Причина этого – одна из особенностей общества медиаспектакля, а именно – строгая функциональность, что подразумевает под собой потребительскую ценность и способность обеспечить маржинальность производства в ближайшей перспективе. Активная технологизация касается лишь сфер, связанных с производством обладающих определенной стоимостью благ и способствующих окупаемости инвестиций в самой ближайшей временной перспективе [4, p. 27].

Этот же элемент – функциональность – подразумевает ясную унификацию свойств. Если механизм потребительского воспроизводства будет адаптироваться под каждый социум с его культурными, социальными и политическими особенностями, возникает масса неудобств: от неравномерности развития до усиления рисков падения темпов экономического роста. Кроме того, у производственной системы общества медиаспектакля нет лишних временных ресурсов для адаптации. Глобализация является универсальным ответом на создающуюся проблему, нет ничего удивительного в ее активном продвижении. Унификация культур, языка, социально-экономической и политической систем способствует равномерному распределению экономического воспроизводства с минимизацией возможных рисков [3, p. 86].

Тезисы относительно функциональности особенно справедливы в разрезе влияния западных корпораций, открывающих свои филиалы в других странах. В их сложных структурах любой сотрудник рассматривается как функция, причем подлежащая быстрой замене в случае снижения эффективности. Любые процессы для человека-функции регламентированы и выстроены в определенной последовательности, которой должен следовать работник.

Активное встраивание экономических систем в общую глобализационную структуру Келлнер называет «макдональдизацией», апеллируя к феномену распространения по всему миру американской системы быстрого питания. По мнению философа, известная сеть закусочных может являться символом глобализации не столько благодаря территориальному охвату, сколько из-за репрезентативности самой модели потребления: индивид в любой точке мира обладает сформированной одинаковой потребностью, которая создается путем агрессивных маркетинговых кампаний, и максимально быстро она удовлетворяется путем реализации стандартного алгоритма обслуживания [8, p. 53].

Хотя в данном случае не все однозначно: в мире немало стран, где традиционная направленность и усиленное влияние религиозных институтов сдерживают глобализацию или вообще не дают ей развиваться, в первом случае глобальным корпорациям приходится менять инструменты воздействия и самим адаптироваться под реалии таких обществ, хотя бы ради эффекта присутствия. Речи об активной глобализации и унификации в данном случае не ведется.

Таким образом, современное массовое общество, подверженное излишней информатизации и культу статусного потребления, лучше всего объясняется через призму теории медиаспектакля. Идеи Дугласа Келлнера продолжают традиции критических теорий Франкфуртской школы социологии, при этом находясь под явным влиянием Ги Дебора, дополняя и развивая их. Келлнер дополняет деборовское «общество спектакля» в соответствии с современными реалиями: имитация общественных отношений проходит через арку информационной избыточности. В потоке многочисленных лишних данных среднестатистический индивид теряет, ему необходима информация в дозированном виде. В таком случае массмедиа не только подают собственную интерпретацию событий и адаптацию информационных потоков, но и путем подстраивания, имитации, геймификации некоторых процессов проталкивают основы новой потребительской идеологии, пришедшей на смену политической [5, p. 82].

Для продвижения идей статусного потребления создаются ролевые модели, которые представлены либо получившими известность медийными личностями, либо недавно получившими популярность персонами, являющимися собой репрезентативный элемент определенной социальной группы. Этим достигаются сразу две цели: отвлечение внимания массового зрителя от необъективной оценки тех или иных событий, а также стимулирование спроса среди социальных групп, получивших возможность персонифицированной репрезентации.

Абсолютная роль массмедиа отодвигает классическую культуру на второй план, на ее пьедестал восходит медийная культура, в которой все поставлено на потребление контента. В свою очередь, это также стимулирует потребительскую модель поведения среди индивидов [4]. Получившаяся система является по терминологии Келлнера «инфоразвлекательным обществом», в котором основу существования составляют принципы медиаспектакля. В нем технологическая составляющая направлена только на поддержание строгой функциональности, развитие тех сегментов, которые способны к быстрой отдаче. Иное отходит на второй план. Система, цель которой состоит в постоянном самовоспроизводстве, стремится к максимальной унификации [8, p. 28].

Соответственно, отсутствие времени на адаптацию к тем или иным реалиям отдельно взятой страны порождает активное продвижение глобализации как единственного способа максимального охвата и минимальных рисков возможности снижения темпов экономического воспроизводства, но не везде такой подход

оказывается действенным, ведь немалое количество стран, где особенно сильны традиции и власть религии, активно тормозят глобализационные процессы, заставляя проводить их адаптацию под реалии этих обществ. Продолжая идеи Дебора, Келлнер доказывает наличие следующей эволюционной стадии «общества спектакля», в которой главная роль отдана массмедиа как адептам внедрения универсальной потребительской модели на фоне всеобщей политической деидеологизации.

*Список источников*

1. **Василовская Е. А.** Антиконтюмеризм как уловка «общества спектакля» // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. 2014. № 12. С. 286-291.
2. **Дебор Г.** Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 185 с.
3. **Кравченко В. В.** От идеологии к идеопрактикам: социально-философский дискурс в эпоху плюрализма // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». 2013. № 2. С. 85-87.
4. **Михайленко С. Б.** «Спектакль» и «медиаспектакль»: философские модели анализа современного общества // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». 2012. № 4. С. 25-31.
5. **Gilman-Opalsky R.** Spectacular Capitalism. Guy Debord and the Practice of Radical Philosophy. N. Y.: Minor Compositions, 2011. 134 p.
6. **Kellner D.** Critical theory today: Revisiting the classics // Theory, Culture and Society. 1993. Vol. 10. P. 43-60.
7. **Kellner D.** Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Post-modern. L.: Routledge, 1995. 191 p.
8. **Kellner D.** Mediaspectacle. N. Y.: Routledge, 2003. 208 p.
9. **Kellner D.** September 11, Spectacles of Terror, and Media Manipulations: A Critique of Jihadist and Bush Media Politics // Logos. 2003. Vol. 2. № 1. P. 92-95.
10. **Kellner D., Best S.** The Postmodern Adventure: Science, Technology, and Cultural Studies at the Third Millennium. N. Y.: Guilford Press, 2001. 163 p.
11. **Talbot M.** Media Discourse: Representation and Interaction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. 198 p.

**ROLE OF DOUGLAS KELLNER'S MEDIA SPECTACLE IN THE STRUCTURE OF THE MODERN MASS SOCIETY**

**Stoyan Arsen Aleksandrovich**  
Murmansk State Technical University  
stoyan.arsen@mail.ru

The article analyses the contribution of D. Kellner, a representative of the “third generation” of Frankfurt school, to the development of critical theory of society. Influenced by Guy Debord, Kellner considers the modern society as a subsequent stage of the “society of the spectacle” when gamification in interpretation of events depends on how they are represented by media personalities. The philosopher defines this system as a “media spectacle”, which serves as a link between authoritative structures and the population. The mass media provide apportioned information seeking to control the society and to form public opinion.

*Key words and phrases:* media spectacle; mass human being; society of spectacle; representation; information redundancy; critical theory of society.

УДК 171; 123.1; 130.122

Дата поступления рукописи: 21.09.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.11.28>

*Статья посвящена рассмотрению идей М. Фуко относительно субъекта и субъективации, изложенных им в его последних лекциях в Колеж-де-Франс. Цель данной работы – раскрыть понятие субъективации в ее отношениях с субъектом, изучить современные подходы к прочтению концептов свободы, биовласти и сопротивления в позднем творчестве М. Фуко и проанализировать философский проект Ж. Рансьера «Несогласие» как один из путей субъективации человека. В ходе исследования выясняется, что, проблематизируя этику как дисциплину, по сути своей универсальную, Фуко путем критической аналитики пытается изменить текущий концепт субъекта и старается открыть для него выход к процессу освобождения. Ситуация «несогласия» Рансьера представляет собой один из современных путей субъективации в ситуации биополитики.*

*Ключевые слова и фразы:* субъективация; биовласть; истина; субъект; несогласие; экзистенция; власть; дискурс.

**Фролов Александр Андреевич**  
Санкт-Петербургский государственный университет  
Frolov24@icloud.com

**СУБЪЕКТ И СУБЪЕКТИВАЦИЯ В СИТУАЦИИ БИОПОЛИТИКИ: ФУКО, РАНСЬЕР**

*Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ № 19-011-00826 А  
«Политизация и деполитизация философии в контексте биополитики:  
сравнительный анализ полемических дискурсов».*

**Введение**

Заданная Хайдеггером тенденция на преодоление классической субъективности, действующей в западной философии, положительно воспринятая французскими послевоенными философами, тем не менее нуждалась