

Политическая коммуникация в трактовке коммуникационной теории власти

Научный руководитель – Моцелков Евгений Николаевич

Гладков Игорь Алексеевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии политики и права, Москва, Россия

E-mail: igladkov6@gmail.com

Технологический прорыв второй половины XX века в области информации и коммуникации, иначе называемый «информационной революцией» предоставил беспрецедентные возможности для коммуникации и информатизации социальных отношений. В то же время, новые информационные и коммуникационные технологии предоставили возможность для политических субъектов оказывать влияние на широкие массы в масштабах, ранее недостижимых для технологических средств, предшествующих «информационной революции». Эффективность управления, осуществляемого при помощи политической коммуникации, возрастает по мере накопления теоретических и эмпирических знаний. В связи с этим особенную значимость приобретают формы власти, основанные на убеждении и манипуляции информацией, управлении информационными потоками и включении в общественное информационное пространство.

Основы коммуникационной теории власти можно найти в исследованиях феномена власти современных авторов. Н.М. Сирота, обозначая основные ресурсы власти, наряду с экономическими, социальными, демографическими и принудительными, называет культурно-информационные ресурсы, определяя их как «знания и информация, а также средства их получения и распространения (учреждения науки и образования, средства массовой информации)» [4, С. 119]. В.Г. Ледяев, проводя типологический анализ форм власти, в качестве основных выделяет силу, принуждение, побуждение, убеждение, манипуляция и авторитет. Разграничение между убеждением и манипуляцией В.Г. Ледяев проводит на том основании, что убеждение есть «способность субъекта добиться подчинения объекта с помощью рациональных аргументов» [2, С. 5], в то время как коммуникационная трактовка манипуляции предполагает «скрытый контроль над объектом в процессе коммуникации, делая объекту замаскированные “предложения” путем селекции поступающей ему информации, например, утаивая важные сведения, недоступные из других источников» [2, С. 6]. Как в первом, так и во втором случае, речь идет об установлении властных отношений между субъектом и объектом, реализуемых при помощи организованной политической коммуникации.

Испанский социолог М. Кастельс анализируя природу власти в современном мире приходит к выводу, что коммуникационная власть находится в сердце структуры и динамики общества. Сила и принуждение являются основными источниками власти, однако, сами по себе они не способны стабилизировать доминирование. Применение силы как таковое, оказывает разрушительное влияние на установившиеся властные отношения в обществе. Именно «способность устанавливая согласие или, по крайней мере, внушать страх и покорность в отношении существующего порядка является неотъемлемой частью внедрения правил, которые управляют институтами и организациями общества» [1, С. 20]. Таким образом, одной из наиболее фундаментальных форм власти, имеющих место в обществе является контроль над коммуникацией и информацией, возможность влияния на информационную среду общества. Контроль над сетью для передачи информации и точек зрения

открывает возможность формирования человеческого сознания, активно взаимодействующего с информационной средой общества.

Конструирование смыслов и образов и медиапространстве является ключевым элементом реализации коммуникационной власти. Основными процессами, с помощью которых осуществляется данное конструирование, являются следующие инструменты: установление новостной повестки дня, прайминг и фрейминг.

Процесс установления повестки дня связан с формированием сюжетов, циркулирующих в информационном пространстве. Установление повестки дня осуществляется с целью привлечения внимания аудитории к содержанию определенных сообщений. По словам Д. Лиллекера, «основная функция политической коммуникации состоит в том, чтобы заставить общественность думать об определенном вопросе так, как это выгодно отправителю сообщения» [3, С. 40]. Однако, для того чтобы получить возможность воздействовать на общественное мнение, само сообщение должно быть представленным в медиапространстве.

Прайминг, или фиксирование установки, является расширением установления повестки дня. Коротко прайминг можно определить, как привлечение внимания общественности к определенной теме или вопросу для повышения влияния на процесс формирования общественного мнения. Отличительной чертой данного инструмента является то, что транслируемые темы являются ориентиром для оценки деятельности политических субъектов. Связанные с определенной темой ассоциации могут оказывать непосредственное влияние на вопросы, не связанные с темой напрямую.

Фрейминг главным образом связан с отбором и интерпретацией новостных сообщений. Р. Энтман определяет фрейминг как «отбор определенных аспектов воспринимаемой реальности, и актуализировать их в медиатексте таким образом, чтобы способствовать распространению конкретного определения проблемы, ее интерпретации, моральной оценки, и (или) предписаний к её разрешению» [5, р. 52]. Основной механизм фрейминга — конструирование ассоциативных рядов в сознании, предполагающих связь определенного события, процесса или проблемы со знанием об аналогичных событиях, происходящих в прошлом, при этом данная связь обуславливает определенное толкование события.

Инструменты формирования общественного мнения не исчерпываются тремя приведенными. Непрерывное развитие информационных и коммуникационных технологий порождают всё новые и новые способы управления информационной средой общества. Таким образом, данный анализ является лишь иллюстрацией возможностей коммуникационного воздействия. Однако дальнейшие исследования коммуникационной власти имеют фундаментальное значение для эффективного управления современным высокоорганизованным обществом.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016.
- 2) Ледаев В.Г. Формы власти: типологический анализ. Полис. Политические Исследования. 2000. №2. С. 6–18.
- 3) Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / пер. С.И. Остнек. Х.: Гуманитарный Центр, 2010.
- 4) Сирота Н.М. Введение в политическую науку. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing. 2014.
- 5) Entman, R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. № 43(4). 51–58.