

Коммуникационные основы политической власти в современном обществе

Гладков Игорь Алексеевич

аспирант, кафедра философии политики и права, философский факультет, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова

119192, Россия, г. Москва, ул. Ломоносовский Просп., 27, к. 4

✉ igor.a.gladkov@gmail.com



[Статья из рубрики "ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ"](#)

Аннотация.

Предметом настоящей статьи является феномен коммуникационной власти как основы политической власти в современном обществе. Информатизация общественных отношений, вызванная внедрением ИКТ, приводит к трансформации политической сферы общества. Усиление роли СМИ в политическом процессе выдвигает на первый план проблему установления и реализации форм власти, основанных на коммуникации и информации. Автор анализирует содержание понятия политической власти, а также рассматривает коммуникативные трактовки политической власти. Коммуникационная власть, связанная с формированием общественных ценностей и норм, конструирования представлений о социальной реальности, является средством стабилизации отношений власти и господства, а также одной из фундаментальных форм власти в современном обществе. В связи с усилением роли коммуникации в обществе, развиваются различные средства управления информационной средой. Автор приходит к выводу, что политическая борьба переходит в сферу медиаполитики, а организованная политическая коммуникация становится основным средством распределения политической власти в обществе. Методологической основой исследования является функциональный подход. Автором выявляются зависимости между коммуникационными возможностями политического субъекта и его конкурентной способностью в процессе распределения политической власти. Основными выводами проведенного исследования является то, что в процессе распределения политической власти в обществе, одним из определяющих факторов является обладание коммуникационной властью, которая заключается в возможности воздействия на информационное пространство общества, в рамках которого формируются мнения, ценности и представления и мире на общественном и индивидуальном уровнях. Новизна исследования заключается в рассмотрении вопроса о воспроизводстве отношений политической власти в обществе, как процесса, основанного на социальной коммуникации.

Ключевые слова: власть, коммуникация, коммуникационная власть, политическая коммуникация, политическая власть, легитимность, С М И , медиаполитика, информационное общество, информационное противоборство

DOI:

10.7256/2454-0684.2018.4.25992

Дата направления в редакцию:

Дата поступления в редакцию:

27-04-2018

Дата рецензирования:

28-04-2018

Дата публикации:

30-04-2018

Технологический прорыв второй половины XX века в области информации и коммуникации, иначе называемый «информационной революцией», ставший частью более масштабного явления — новой научно-технической революции — имел значительные последствия практически для всех аспектов жизни общества. В новом технологическом укладе информация приобретает особое значение как средство организации производства, общественного управления и т.д.

Внедрение достижений электротехники в средства коммуникации – изобретение телефона, радио, телевидения и др., не только значительно расширило коммуникационные возможности общества, но и имело глубокие социальные следствия. М. Маклюэн рассматривал технологический прогресс как форму модификации человека, тело и чувства которого расширяются всеми доступными для него способами. «В эпоху электричества, – пишет М. Маклюэн, – когда наша центральная нервная система, технологически расширившись вовне, вовлекает нас в жизнь всего человечества и вживляет в нас весь человеческий род, мы вынуждены глубоко участвовать в последствиях каждого своего действия» [\[1, с. 6\]](#). Сетевые коммуникационные технологии, получившие широкое распространение в конце XX в. (в частности сеть Интернет), усилили и развили то влияние, которое оказали на общество средства коммуникации «эпохи электричества».

Внедренные в медиасистему, новые информационно-коммуникационные технологии предоставили возможность для политических субъектов оказывать влияние на широкие массы в масштабах, ранее технологически недостижимых для коммуникационных средств, предшествующих «информационной революции». Эффективность управления, осуществляемого при помощи политической коммуникации, возрастает по мере накопления и осмысления теоретических и эмпирических данных. В связи с этим возникает необходимость анализа форм и средств власти, основанных на убеждении и манипуляции информацией, управлении информационными потоками и доступу к общественному информационному пространству, т. е. форм и средств коммуникационной власти, а также ее связи и значения для политической власти.

Основы коммуникационной теории власти можно проследить в исследованиях феномена власти современных авторов. Н. М. Сирота, обозначая основные виды власти в соответствии с ресурсами, на которых она основана, наряду с экономическим, социальным, демографическим и принудительным, называет культурно-информационный вид власти, определяя его как «власть над людьми с помощью научных знаний, информации и средств их распределения» [\[2, с. 123\]](#), основанием которой являются знания, информация, а также средства их обработки и распространения. В современных условиях развития средств массовой информации, культурно-информационная власть

приобретает особую значимость для политической сферы общества.

В. Г. Ледяев, проводя типологический анализ форм власти, в качестве основных выделяет силу, принуждение, побуждение, убеждение, манипуляцию и авторитет. Разграничение между убеждением и манипуляцией В. Г. Ледяев проводит на том основании, что убеждение есть способность добиться подчинения на основании рациональных аргументов, 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» [3, с. 11]. Как в первом, так и во втором случае, речь идет об установлении властных отношений между субъектом и объектом, реализуемых при помощи организованной политической коммуникации. Как отмечает В. Г. Ледяев, «властью следует считать отношения, которые возникли в силу того, что какие-то группы сознательно работали над формированием нужного для них общественного мнения или же активизировали его в своих интересах (скажем, на выборах или при решении кадровых вопросов в управленческой структуре)» [4, с. 103].

Понимание феномена коммуникационной власти и его взаимосвязи с политической властью требует концептуального выделения специфических черт политической власти от собственно власти как родового понятия. Существует определенная трудность в определении понятия власти, ее типологизации, источников и ресурсов. С этим связано наличие множественных подходов к определению понятия. Власть принято считать сущностно оспариваемым понятием, следовательно, различные подходы к определению власти могут быть рассмотрены наравне друг с другом и сосуществовать параллельно. Само понятие власти как формы социального взаимодействия, при котором субъект власти реализует свою волю над объектом независимо от него воли, имеет в себе политическое содержание.

Изначально политическое содержание феномена власти предполагает сближение понятий «власть» и «политическая власть» вплоть до признания их равнозначными. Однако многообразие форм власти и ее реализации приводит размыванию понятия, что производит определенные сложности в употреблении данного понятия применительно к политической сфере общества. Поэтому представляется более перспективным понимать политическую власть как особую, специфическую форму власти, реализуемую в политической сфере.

В научной литературе существует традиция сближения или смешения понятий «политическая власть» и «государственная власть». В этом случае политическая власть наделяется признаками и характеристиками государственной власти [5, с. 117–118], [2, с. 25]. Однако столь узкая трактовка понятия «политическая власть» несет в себе ряд недостатков. Во-первых, данная трактовка не отражает сложности политической системы и распределения власти внутри ее. Во-вторых, смешение политической и государственной власти переносит основной акцент на аппарат насилия как средства осуществления политической власти. В-третьих, данный подход игнорирует специфику политических субъектов, не включенных в государственный аппарат, и реализующих свою власть за пределами государственной власти.

Наряду с государственной властью можно выделить такие формы политической власти как политическое влияние, влияние на принятие политических решений, формирование политического сознания, отвечающего интересам субъекта власти и т. д., совокупно

представляющие собой комплексную систему всех властных отношений внутри политической сферы, и оказывающую непосредственное влияние на социальную, экономическую, культурную и т. д. сферы общества.

Такая специфическая форма политической власти, как возможность формирования политического сознания, в первую очередь основанного на убеждении и манипуляции, напрямую зависит от средств формирования политического сознания, т. е. от средств массовой информации. Следовательно, политическая коммуникация становится средством установления и осуществления политической власти в обществе, а сама политическая власть напрямую зависит от средств массовой коммуникации.

Власть и коммуникация представляют собой два организующих принципа, лежащих в основе любого общества. В качестве средства и формы организации общественной жизни, власть и коммуникация являлись одними из важнейших факторов общественного производства на протяжении всей истории человечества. Феномен власти имеет относительно долгую историю анализа в рамках философии, а позднее и политической науки, тогда как коммуникация становится объектом серьезного научного исследования только с начала XX в.

В первой половине XX в. коммуникация рассматривалась преимущественно как односторонний процесс передачи информации от субъекта к объекту с целью воздействия. В качестве иллюстрации такого подхода можно привести коммуникационные модели К. Шеннона и У. Уивера, модель П. Лазарсфельда, концепцию «волшебной пули» Г. Лассуэлла и др. Однако, начиная со второй половины XX в. возникает множество концепций, рассматривающих коммуникацию как сложный процесс информационного обмена между элементами коммуникационной системы. Примером таких концепций выступают коммуникационные модели М. де Флера, У. Шрамма и др. [\[6. с. 119\]](#) В конце XX в. с распространением компьютерно-коммуникационных сетей получили развитие концепции сетевой коммуникации (М. Кастельс и др.).

Политические коммуникации осуществляются в общем пространстве социальных коммуникаций. Наиболее общим образом социальную коммуникацию можно определить как процесс информационного обмена внутри социальной системы. Социальная коммуникация предполагает обмен социальной информацией, т. е. информацией, проходящей через сознание человека.

Вне поля социальной коммуникации существования общества как такового невозможно. По мнению Н. Лумана, коммуникация является процессом, посредством которого производится и воспроизводится общество [7. с. 73]. Воспроизводство социальной системы через коммуникацию предполагает одной из базовых функций социальной коммуникации — регуляцию социальной системы на всех уровнях: индивидуальном, групповом и общества в целом. В связи с этим наиболее перспективной трактовкой информации является рассмотрение ее с точки зрения управления социальными процессами. Социальная информация представляет собой не всякое знание, но то, которое вызывает изменение в обществе, производит и регулирует общественные отношения.

Регулятивный аспект социальной коммуникации поднимает вопрос власти внутри социальных систем. Коммуникационная трактовка власти позволяет выйти на рамки подхода, рассматривающего властные отношения как возможность и способность оказания влияния субъекта власти на объект, независимо от его воли, и рассмотреть власть как форму посредника, или медиума между различными участниками

общественных отношений.

Т. Парсонс рассматривает политическую власть в качестве посредника, обращающегося внутри политической системы, подобно деньгам, представляющим универсальным посредником, циркулирующим внутри определенной системы рыночных отношений, и предоставляющих своему обладателю определенную степень свободы распоряжаться деньгами по своему усмотрению. Аналогичным образом, в рамках политической системы, власть предполагает систему взаимных обязательств, взятых на себя участниками общественных отношений, тем самым обеспечивая целостность системы общественных отношений в целом. «Власть, <...> – пишет Т. Парсонс, – является реализацией обобщенной способности, состоящей в том, чтобы добиваться от членов коллектива выполнения их обязательств, легитимизированных значимостью последних для целей коллектива, и допускающей возможность принуждения строптивых посредством применения к ним негативных санкций, кем бы ни являлись действующие лица этой операции» [\[8, с. 242\]](#).

Иную концепцию политической власти как посредника общественных отношений предложил Н. Луман. По мнению Н. Лумана, в основе образования общественных систем лежит коммуникация, посредством которой осуществляется селективное согласование, необходимость которого возможно осознать только в условиях самой общественной системы. Власть представляется одной из форм символических генерализованных средств коммуникации, наряду с деньгами и истиной, посредством которой осуществляется упорядочивание социальной системы через селекцию. Фундаментом властных отношений является возможность для одного из участников коммуникации (властного субъекта) создавать и устранять селективную неопределенность для других участников коммуникации [\[9, с. 18\]](#), т. е. осуществлять отбор альтернатив, принимаемых другими в качестве мотивации или руководства. Процесс властвования представляет собой последовательный переход от создания неопределенности к ее разрешению со стороны властвующего субъекта. Следовательно, использование принуждения означает невозможность воздействия властного субъекта путем коммуникативной селекции, т. е. недостаток власти.

Для рассмотрения коммуникационных основ политической власти особый интерес представляет концепция символической власти П. Бурдьё. Согласно П. Бурдьё, социальная коммуникация становится возможной благодаря общей системе культурных кодов или символов. Функцию данной системы выполняет габитус, представляющий собой одновременно и систему смех воспроизводства социальных практик, и систему схем восприятия и оценивания. «Через габитус, — пишет П. Бурдьё, — мы получаем мир здравого смысла, социальный мир, который кажется очевидным» [\[10, с. 76\]](#). Описание социальной реальности есть одновременно с тем ее конструирование, следовательно борьба за признание определенной конструкции реальности есть борьба за признание за определенным политическим субъектом права на власть, а также признание легитимными его политических действий, в той мере, в какой они отвечают требованиям данной конструкции реальности. По аналогии с признанием за государством права на легитимное насилие, политические субъекты стремятся к признанию за ними права на легитимное символическое насилие, т. е. признания их представления о социальной реальности как единственно верной. Таким образом, символическая власть представляет собой возможность навязывать определенные конструкции, модели, представления, позиции, интерпретации и т. д. социальной реальности, которая в свою очередь будет признаваться очевидной — символическая власть есть власть worldmaking [\[10, с. 83\]](#).

Символическая власть есть возможность влияния на формирование мировоззренческих конструкций, ранее охарактеризованных М. Хайдеггером как «картины мира». Идеологический дискурс, оценки и интерпретации, транслируемые СМИ, редуцируют сложность и многообразие мира до упрощенных моделей, готовых и удобных для восприятия, представления непротиворечивой реальности для аудитории. «Сущее в целом, – говорит М. Хайдеггер, – берется теперь так, что оно только тогда становится сущим, когда поставлено представляющим и устанавливающим его человеком. Где дело доходит до картины мира, там выносятся кардинальные решения относительно сущего в целом. Бытие сущего ищут и находят в представленности сущего» [\[11, с. 103\]](#). Вербально сконструированная культурно-информационной средой, картина мира каждого индивида определяет личное восприятие окружающей действительности, выступая посредником между индивидом и объективной действительностью.

Важно отметить, что формирование социальных образов или «картин мира», не является в полной мере результатом произвола пропаганды со стороны властных субъектов, так как само по себе, конструирование мировоззрения происходит под давлением социальной структуры, во многом определяющей способы представления и оценки действительности. Несоответствие навязываемых форм представлений с формами, предполагаемыми социальной структурой лишает картину мира очевидности, и, как следствие, легитимности.

Т. Парсонс, в качестве одной из основ политической власти, выделяет ее легитимность, как признание значимости решаемых ею задач в коллективе (обществе). Следовательно, политическая власть во многом зависит от среды, в рамках которой приходит процесс формирования консенсуса по общественно значимым вопросам, т. е. от информационной среды общества.

В процессе становления «общества сетевых структур» и формирования современной медиасистемы наблюдается процесс децентрализации политической власти в обществе. Современная политическая сфера характеризуется включением в круг субъектов политической власти, помимо традиционных политических субъектов, таких как государство, политические партии, общественные организации и объединения, также СМИ, группы давления, террористические организации и т. д. «Одержимость старыми формами механической, односторонней экспансии от центров к периферии утратила свою значимость в нашем электрическом мире. Электричество не централизует; оно децентрализует. <...> В электрическую эпоху этот принцип применим in toto. В области политики он позволяет существовать в качестве независимого ядра, или центра, Фиделю Кастро» [\[1, с. 44\]](#).

Политическая сфера значительно расширяется относительно государства, а политическая власть все больше выходит за пределы государственной власти. Определяя государство как политический институт, претендующий «(с успехом) на монополию легитимного физического насилия» [\[12, с. 254\]](#), и опирающийся на насилие как средство установления отношений господства людей над людьми, М. Вебер подчеркивает, что легитимное физическое насилие не является основным источником политической власти государства.

По мнению Х. Арндт, насилие не может быть источником легитимной власти. Легитимная власть в обществе может быть основана исключительно на взаимных двусторонних договоренностях и добровольном общественном признании за политическим субъектом права властвования, таким образом, в конечном счете любая политическая власть всегда

основана на коммуникации [13. с. 250—251]. По мере возрастающего значения роли средств массовой коммуникации в современном обществе, роль фактора легитимного насилия в стабильной реализации государственной власти сокращается, так как любое применение насилия оказывает разрушительное влияние на общественные отношения. Аппарат насилия в данном случае является формой последнего аргумента, само применение которого нуждается в обосновании и признании обществом. Иными словами, «нормальная и прочная связь между людьми, именуемая "властью", никогда не покоится на силе; все наоборот – от общественный инструмент или механизм, который кратко называют "силой", поступает в распоряжение человека или группы людей лишь потому, что они правят» [14, с. 220].

Государственная власть, как и всякая политическая власть, напрямую зависит от возможности государства, как политического субъекта, обосновывать собственное право на обладание властью, формировать общественное признание и согласие на осуществление такой власти. По словам Э. Бернейса, «согласие общественного мнения является непременным условием успеха любой деятельности монархического, конституционного, демократического или коммунистического правительства – по сути, оно и правительством-то является исключительно с согласия масс» [15, с. 33].

Государство продолжает оставаться доминирующим политическим субъектом общества, тем не менее, оно является только одним из политических субъектов, представленных в публичной сфере, и политическая власть государства непрерывно ставится под сомнение противостоящими ему политическими субъектами. Иными словами, государство, обладая монополией на физические насилие, стремится присвоить исключительное право и на символическое насилие (в терминологии П. Бурдьё), однако, в условиях широкого распространения сетевых форм коммуникации, возможность установления монополий на символическое насилие существенно ограничиваются технологическими особенностями самих коммуникационных сетей: децентрализацией и распределенностью каналов связи.

Так как политическая власть в первую очередь зависит от собственной легитимности, на первый план выходит проблема легитимации – производства и поддержания общественного признания, поддержки. Возможность влияния на данный процесс напрямую зависит от включения политического субъекта в медиасреду, его способности оказывать влияние на конструирование образов медиа, формирования общественного мнения, а также возможности противостоять другим политическим субъектами, преследующим собственные интересы.

М. Кастельс рассматривает власть как форму отношений, которая выражается в возможности асимметричного влияния одним актором на другого, вне зависимости от его воли. Анализируя природу власти в современном мире становления сетевых структур, исследователь приходит к выводу, что коммуникационная власть находится в сердце структуры и динамики общества. Сила и принуждение продолжают оставаться основными источниками власти, однако, сами по себе они не способны установить устойчивую форму доминирования. Так как применение насилия как таковое, оказывает разрушительное влияние на установившиеся властные отношения в обществе, именно «способность устанавливать согласие или, по крайней мере, внушать страх и покорность в отношении существующего порядка является неотъемлемой частью внедрения правил, которые управляют институтами и организациями общества» [16, 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.

Политическая власть устанавливается и актуализируется в процессе intersubъективных общественных коммуникаций. Контроль над сетью для передачи информации и трансляции точек зрения открывает возможность формирования человеческого сознания, активно взаимодействующего с информационной средой общества. Как отмечает М. Кастельс, «если фундаментальная битва за определение норм в обществе и применение этих норм в повседневной жизни происходит вокруг формирования человеческого сознания, то коммуникация является эпицентром этой битвы» [\[16, с. 20–21\]](#).

Политическая сфера общества погружается в медиапространство, в рамках которого актуализируется и формируется политическая власть, а само медиапространство становится полем политической борьбы. Описывая влияния СМИ на политическую сферу общества на примере телевидения, М. Кастельс говорит о том, что «политика и политики, не имеющие выхода на телевидение в развитых обществах, просто не имеют шанса получить поддержку населения, поскольку люди получают информацию из СМИ, где телевидение занимает ведущее место. Социальное влияние телевидения носит бинарный характер: быть или не быть» [\[17, с. 332\]](#). Сами средства массовой информации воспроизводят пространство, в рамках которого проходит непрерывное распределение власти между политическими субъектами. Конструирование смыслов и образов и медиапространстве является ключевым элементом реализации коммуникационной власти. По точному замечанию М. Маклюэна, «в настоящее время, когда человек с помощью электрической технологии вынес наружу свою центральную нервную систему, поле битвы переместилось в ментальное сотворение-и-сокрушение образов – как в войне, так и в бизнесе» [\[1, с. 117\]](#). В связи с этим, политика, как средство распределения власти в обществе, становится преимущественно медиаполитикой, т. е. процесс распределения политической власти совершается в медиапространстве через СМИ, которые, вплетаясь в политическую сферу общества, обретают собственную политическую субъектность.

Поляризация общества «информационного изобилия» децентрализует власть, но в то же время с помощью многообразных информационных и коммуникационных средств создает множество центров политической власти через идеологическую индоктринацию, языковые паттерны, новостную повестку, фреймы, ассоциаций, интерпретаций явлений, событий и трендов. Совершенствование механизмов сбора данных о предпочтениях аудитории, механизмы воздействия на эти предпочтения, а также манипуляции внутри культурных полей со стороны субъектов коммуникационной власти ставят под вопрос демократические принципы управления. Сложившаяся форма политической сферы и медиа определяется рядом исследователей как «медиакратия», т. е. «новая форма политической олигархии, вертикальной власти, которая в существенной мере опирается на медиа, особенно прессу, радио и телевидение, т. е. это новый метод правления за счет невидимых сетей теневых контактов и закрытых информационных каналов» [\[18, с. 220\]](#).

На современном этапе развития коммуникационных технологий и системы средств массовой информации политическая коммуникация выступает в качестве одного из основных средств политической борьбы. Развитие комплексных методов управления коммуникационными потоками породили специфические виды деятельности, которые представляют собой целенаправленное и системное использование различных форм, средств, видов, способов коммуникации; равно профессиональных видов коммуникационной деятельности (PR, реклама, журналистика, пропаганда, агитация,

информационное противоборство и др.) с целью управления [\[19, с. 12-13\]](#). Основными процессами, с помощью которых осуществляется коммуникационное управление и формирование общественного мнения, являются установление новостной повесткой дня, прайминг и фрейминг. В рамках данной статьи представляется возможным описать общие черты указанных процессов. Подробный анализ потребует отдельного исследования.

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. «Основная функция политической коммуникации, – пишет Д. Лиллекер, – состоит в том, чтобы заставить общественность думать об определенном вопросе так, как это выгодно отправителю сообщения» [\[20, с. 40\]](#). Однако, для того чтобы получить возможность воздействовать на общественное мнение, само сообщение должно быть представленным в медиaprостранстве. Общим в исследованиях новостной повестки дня стало положение, что если средства массовой информации не могут в достаточной мере влиять на то, как думать, они оказывают значительное влияние на то, о чем думать. Селекция может производиться не только на уровне отбора конкретных новостных сюжетов, но также и на уровне отбора определенных аспектов одного и того же новостного сюжета [\[21, p. 142\]](#).

Одним из эффектов усиления роли СМИ является то, что влияние СМИ на формирование общественной повестки дня во многом превышает то влияние, которое оказывает общественность на формирование повестки СМИ. Данное обстоятельство свидетельствует о самостоятельной политической субъектности СМИ. По словам Ю. Хабермаса, «если раньше пресса могла лишь способствовать резонерству частных лиц, собравшихся в публику, и усиливала его, то теперь это резонерство наоборот формируется средствами массовой информации» [\[22, с. 262\]](#).

Прайминг, или фиксирование установки, реализуется через управление новостной повесткой дня и является ее расширением. Управление повесткой позволяет СМИ ранжировать важность новостных тем для аудитории, сообщать то, что именно важно на данный момент. Прайминг представляет собою процесс, посредством которого важность новостных событий или политических тем используется аудиторией для оценки политических деятелей, партии, правительств и т. д. Частота и статус освещения в СМИ конкретной темы, будут влиять на оценку аудиторией политических субъектов, прямо или косвенно соприкасающихся с ней.

Фрейминг главным образом связан с интерпретацией новостных сообщений. По мнению Р. Энтмана, фрейминг представляет собой отбор определенных аспектов воспринимаемой реальности и их актуализацию в медиатексте таким образом, чтобы способствовать конкретному определению проблемы, обоснованию ее причин, моральной оценке и/или ее разрешению [\[23, p. 52\]](#). Основным механизмом 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. Это предполагает, что используемые фреймы должны быть связаны с системой символов и ценностей определенного общества, его историей и культурой. Следовательно, процесс фрейминга можно описать как взаимодействие фреймов медиа и фреймов самой аудитории.

Медиафреймы представляют собой организующую идею, или генеральную линию повествования, которая осмысляет содержание сообщения или освещает с

определенной точки зрения события и происшествия. С помощью медиафреймов СМИ редуцируют сложные, многоаспектные проблемы, выделяя один или несколько аспектов (например, персонализация, концентрация внимания на причинах/последствиях и т.д.), или же вписывая событие или происшествие в определенный контекст (например, изменение климата, борьба с терроризмом и т.д.), что упрощает ее восприятие и классификацию проблемы для аудитории. В процессе описания проблемы через призму ряда заранее выделенных ее аспектов или контекста, происходит конструирование образа проблемы в медиапространстве. Медиафрейм на индивидуальном уровне распознается в соответствии с инструментами и схемами восприятия конкретного получателя сообщения - фреймами аудитории. Медиафрейм будет успешен только в том случае, когда аудитория сможет распознать и интерпретировать заложенную в сообщении конструкцию.

Процесс управления информационным пространством не исчерпывается приведенными примерами. Возрастающее влияние на общественные коммуникации социальных сетей позволяет отдельным субъектам (политикам, общественным деятелям, партиям, организациям, отдельным гражданам и т. д.) напрямую инициировать коммуникацию с потенциально глобальным охватом, минуя традиционные средства массовой коммуникации. Однако, сами социальные сети как средства массовой коммуникации, имеют внутренние инструменты управления информационными потоками, что в определенной мере снижает демократизирующий потенциал Интернет-коммуникации, а также статус Интернета как «нейтрального медиума» [\[18, с. 142\]](#).

Подводя итоги, необходимо выделить ряд наиболее значимых выводов. Во-первых, в современном мире политическая власть не может быть основана на насилии. Наоборот, возможность примирения насилия предполагает обладание политической властью и, в то же время, сам факт применения насилия свидетельствует о недостатке власти.

Во-вторых, политическая власть устанавливается и актуализируется в процессе социальной коммуникации. При этом сама социальная коммуникация возможна только в системе общих кодов и символов, схем оценки и восприятия, которые образуют собой конструкции социальной реальности, «картины мира».

В-третьих, системы схем восприятия и оценивания действительности, конструкции социальной реальности, во многом формируются и воспроизводятся в информационной среде общества, значительное влияние на которую имеют средства массовой информации.

В-четвертых, разнообразные виды и формы управления общественным мнением во многом зависят от доступа политического субъекта к медиапространству, его возможности влиять на формирование новостной повестки, образов медиа и интерпретаций новостных сообщений, возможности организации политической коммуникации с целевой аудиторией субъекта. Реализация коммуникационной власти открывает возможности для установления властных отношений в политическом пространстве, приобретения политического авторитета, влияния, и, в конечном счете, политического господства. По словам У. Липпмана, «политические идеи становятся движущей силой в человеческих делах тогда, когда они <...> обретают легитимность, когда они обладают тем правом на правоту, которое морально связывает людей между собой. Тогда им бывает дано то, что в учении Конфуция называется "разрешением свыше"» [\[24, с. 160\]](#).

Библиография

1. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешнее расширение человека. М., 2014. 464 с.
2. Сирота Н. М. Введение в политическую науку. Saarbrucken, 2014. 566 с.
3. Ледяев В. Г. Формы власти: типологический анализ // Полис. Политические исследования. 2000. №2. С. 6-18.
4. Ледяев В. Г. Власть: концептуальный анализ // Полис. Политические исследования. 2000. №1. С. 97—107.
5. Сытин А. Г. Власть // Философия политики и права. 100 основных понятий. Пушкино, 2014. С. 23—25.
6. Демушника О. Н. Коммуникативные аспекты понятия «власть» // Философия и общество, №1, январь — март 2014. С. 118—134.
7. Луман Н. Общество как социальная система. М., 2004. 232 с.
8. Парсонс Т. О понятии «политическая власть» // Политология: хрестоматия / Сост. проф. М. А. Василик, доц. М. С. Вершинин. М., 1999. 843 с. С. 240—247.
9. Луман Н. Власть. М., 2001. 256 с.
10. Бурдье П. Социология социального пространства. М., 2007. 288 с.
11. Хайдеггер М. Время картины мира // Новая технократическая волна на Западе. Отв ред. Гуревич П. С. М., 1986. С. 93—118.
12. Вебер М. Власть и политика. М., 2017. 432 с.
13. Арентс Х. О революции. М., 2011. 464 с.
14. Оргета-и-Гассет Х. Камень и небо. М., 2000. 228 с.
15. Бернейс Э. Пропаганда. М., 2010. 176 с.
16. Кагельс М. Власть коммуникации. М., 2016. 564, [4] с.
17. Кагельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 608 с.
18. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. М., 2015. 312 с.
19. Пашенцев Е. Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. М., 2012. 396 с.
20. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. Х., 2010. 300 с.
21. Weaver D. Thoughts of Agenda Setting, Framing and Priming // Journal of Communication. 2007. №57. P. 142-147.
22. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: Исследование относительно категории буржуазного общества. М., 2016. 344 с.
23. Entman, R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. № 43. P. 51-58.
24. Липпман У. Публичная философия. М., 2004. 160 с.