

УДК 316.65
ББК 60.56
К28

А

Подготовлено в рамках проекта ВШЭ по изданию переводов учебной литературы

Кастельс, Мануэль.

К28 Власть коммуникации / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой ; под научной редакцией А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 3-е изд., эл. — 1 файл pdf : 594 с. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — (Переводные учебники ВШЭ). — Систем. требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". — Текст : электронный.

ISBN 978-5-7598-2029-1

Книга одного из крупнейших социологов современности Мануэля Кастельса, известного российскому читателю по опубликованным ранее произведениям, представляет собой поистине энциклопедию «работы» власти в современном пронизанном медиа мире. Автор дает практически исчерпывающее представление как о современном политическом процессе, существующем только через посредство медиа, так и об используемых последними способами привлечения общественного внимания (самого дорогого ресурса сегодня!), среди которых одним из наиболее популярных оказывается скандал.

М. Кастельс отталкивается от последних достижений нейронауки в изучении эмоционального интеллекта, позволяющих успешно использовать техники так называемой каскадной активации, фрейминга, прайминга и других методов воздействия на зрителя/читателя/слушателя. Для подтверждения своих идей он использует как американские реалии, так и политические процессы в разных странах мира. Особый интерес представляет заключительная глава, посвященная первой президентской избирательной кампании Барака Обамы, успех которой в решающей степени был обусловлен прорывным решением его избирательного штаба об активнейшем использовании социальных медиа.

Несмотря на сугубо академический характер (только библиография занимает 48 страниц), множество диаграмм и таблиц, что делает книгу незаменимым подспорьем в профессиональной практике политологов, прекрасным компендиумом и «точкой роста» для студентов, она представляет значительный интерес и для широкой читательской аудитории, поскольку написана увлекательно и прекрасным языком.

УДК 316.65
ББК 60.56

Электронное издание на основе печатного издания: Власть коммуникации / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой ; под научной редакцией А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 3-е изд. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 592 с. — (Переводные учебники ВШЭ). — ISBN 978-5-7598-2119-9. — Текст : непосредственный.

Communication Power, Second Edition was originally published in English in 2013. This translation is published by arrangement with Oxford University Press. National Research University Higher School of Economics is responsible for this translation from the original work and Oxford University Press shall have no liability for any errors, omissions or inaccuracies or ambiguities in such translation or for any losses caused by reliance thereon.

В соответствии со ст. 1299 и 1301 ГК РФ при устранении ограничений, установленных техническими средствами защиты авторских прав, правообладатель вправе требовать от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации.

ISBN 978-5-7598-2029-1

© Manuel Castells 2013

© Перевод на русский язык. Издательский дом Высшей школы экономики, 2016; 2017; 2020

А

Содержание

Цифровые сети коммуникаций и культура автономии: Предисловие к изданию 2013 г.	9
Благодарности	37
Список рисунков.....	41
Список таблиц.....	44
Введение	46
Глава 1. Власть в сетевом обществе	55
Что такое власть?	55
Государство и власть в глобальную эпоху	62
Сети.....	65
Глобальное сетевое общество	69
Сетевое государство	84
Власть в сетях.....	88
Власть и контрвласть в сетевом обществе	94
Заключение. Понимание властных отношений в глобальном сетевом обществе	96
Глава 2. Коммуникация в цифровую эпоху	101
Коммуникационная революция?	101
Технологическая конвергенция и новая система мультимедиа: от массовой коммуникации к массовой самокоммуникации.....	105
Организация и менеджмент коммуникаций: глобальные мультимедийные бизнес-сети.....	118
Методы политики регулирования	151
Культурные изменения в глобализующемся мире.....	169
Креативная аудитория	180
Коммуникация в глобальную дигитальную эпоху	188
Глава 3. Сети сознания и власти	191
Ветряные мельницы сознания.....	191
Эмоции, познание и политика	200
Эмоции и познание в политических кампаниях.....	205
Политика убеждения.....	208
Фреймирование сознания.....	210

Покоряя умы, покоряя Ирак, покоряя Вашингтон: от дезинформации к мистификации	221
Сила фрейма	245
Глава 4. Программируя сети коммуникации:	
медиаполитика, политика скандала и кризис демократии	249
Обретение власти через создание имиджа	249
Убийственные (семантические) поля:	
медиаполитика в действии	252
Политика скандала	299
Государство и медиаполитика: пропаганда и контроль	323
Упадок политического доверия и кризис политической легитимности	346
Кризис демократии?	356
Глава 5. Перепрограммируя сети коммуникации:	
социальные движения, повстанческая политика и новая публичная сфера	360
Подогревая глобальное потепление:	
инвайронментализм и новая культура природы	364
Сеть как сообщение: глобальные движения против корпоративной глобализации	402
Мобил-изация сопротивления:	
беспроводная коммуникация и практика повстанческих сообществ	409
«Да, мы можем!»: праймериз Обамы в президентской кампании 2008 г.	427
Перепрограммируя сети, переоснащая сознание, изменяя мир	477
Заключение. К коммуникационной теории власти	481
Приложение	497
Литература	538
Указатель имен	585