

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МАРКЕТИНГЕ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

М.М. Мухтаров, докторант

Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына
(Кыргызская Республика, г. Бишкек)

***Аннотация.** В статье рассмотрены потребности политической системы в средствах коммуникации. СМИ обладают большими возможностями активного влияния не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношения к политике в целом. Манипулятивные возможности кыргызских СМИ настолько велики, а способы и техники манипулирования настолько многочисленны и разнообразны, что данный вопрос невозможно оставить без внимания. Отличительной чертой отношений власти и СМИ, сложившихся на политическом рынке Кыргызстана, является непосредственное участие СМИ в многочисленных избирательных кампаниях, ставших сегодня неотъемлемой частью жизни кыргызского общества.*

***Ключевые слова:** СМИ, коммуникации, политика, манипуляции, информационная технология, Интернет, обман, ложь, субъекты политики, медиахолдинг, медиаимперия.*

Неотъемлемой составной частью политики являются массовые коммуникации. Политика в большей мере, чем другие виды общественной деятельности, нуждается в специальных средствах информационного обмена, в установлении и поддержании постоянных связей между ее субъектами.

В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео, экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров).

Потребности политической системы в средствах коммуникации прямо зависят от ее функций в обществе, численности агентов политики, способов принятия политических решений, размеров государства и некоторых других факторов. Изобретение и распространение в XIX-XX вв. телеграфной и телефонной связи, радио и телевидения не только удовлетворило обострившиеся коммуникационные потребности государств, но и произвело настоящую революцию в политике. СМИ сделали практически возможным существование многих демократических и тоталитарных идей, казавшихся ранее утопичными, значительно изменили способы легитимации и осуществ-

вления власти, структуру ее ресурсов.

СМИ обладают большими возможностями активного влияния не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношения к политике в целом. Как политическая пассивность населения в каком-либо вопросе, так и его массовая активность непосредственно связаны с позицией СМИ в этом вопросе. Особенно велика роль СМИ в переходные периоды общественного развития, поскольку без их активной деятельности невозможно изменить политическое сознание, ценностные ориентации и цели широких слоев населения и добиться массовой поддержки политики социальных преобразований.

Однако нельзя не учитывать огромные возможности СМИ в сфере политических манипуляций и воздействии на массовое сознание через формирование у населения определенного общественного мнения о том или ином событии, человеке, явлении. Особенно актуальной эта проблема стала для Кыргызстана, страны, в которой грамотность населения в сфере массовых коммуникаций низка, а темпы развития информационных и политических технологий значительно опережают развитие законодательной базы в области информационной политики, ограничивающей возможности использования СМИ в манипулятивных целях.

Манипулятивные возможности кыргызских СМИ настолько велики, а способы и техники манипулирования настолько многочисленны и разнообразны, что данный вопрос невозможно оставить без внимания.

Отличительной чертой отношений власти и СМИ, сложившихся на политическом рынке Кыргызстана, является непосредственное участие СМИ в многочисленных избирательных кампаниях, ставших сегодня неотъемлемой частью жизни кыргызского общества. При этом важно отметить, что включенность СМИ в избирательный процесс чаще всего сопровождается так называемыми "информационными войнами", разгорающимися в борьбе за властный ресурс между крупнейшими политико-финансовыми группами страны. Поэтому вполне закономерен тот факт, что важнейшей тенденцией последних лет стало возникновение мощных информационных структур, впоследствии названных «медиаимпериями». Большая часть электронных и печатных СМИ сконцентрировалась в руках т.н. кыргызских бизнесменов или политиков, извлекающих непосредственную выгоду от переходного периода и контролирующих сейчас огромные империи. Велики и государственные медиахолдинги.

Наибольшую опасность для граждан и демократического государственного устройства представляет использование СМИ для политического манипулирования - скрытого управления политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам.

Манипулирование, как правило, основано на лжи и обмане. Причем это не «ложь во спасение», а корыстные действия. Без должной борьбы с манипулированием оно может стать главной функцией СМИ и свети на нет официально провозглашаемые государством демократические принципы.

Требую большей гибкости в политике, манипулирование, как способ социального управления, имеет для его субъектов ряд преимуществ по сравнению с силовыми и экономическими методами господства. Оно осуществляется незаметно для управляе-

мых, не влечет за собой прямых жертв и крови и не требует больших материальных затрат, которые необходимы для подкупа или успокоения многочисленных политических противников. Очевидно, что СМИ являются основным инструментом политического манипулирования, поскольку обладают богатыми и фактически неограниченными ресурсными возможностями воздействия на массовое сознание.

Последний вывод подтверждают и слова известного социолога М. Парето: «СМИ отбирают большую часть информации и дезинформации, которыми мы пользуемся для оценки социально-политической действительности. Наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом определены теми, кто контролирует мир коммуникаций».

Таким образом, основой политического манипулирования является создаваемая СМИ художественная реальность, которая может в корне изменить пропорции подлинной модели мира. Важной предпосылкой для манипуляции можно считать также и тот факт, что, обладая монополией на информацию, СМИ задают приоритеты событий. В мире происходят миллионы событий, но обсуждается только та их часть, которую СМИ вводят в сферу внимания респондента.

Принципиально новым каналом распространения политической информации

в современном обществе становится всемирная компьютерная сеть Интернет. Интернет все шире начинает использоваться в политической жизни общества. В одних случаях, для дискредитации политических оппонентов, в других, для полицейской слежки, в-третьих, для пропаганды определенных политических взглядов и трактовке происходящих событий, в четвертых для выборов компаний и т.д. Сила политического воздействия Интернета на население возрастает. Информационная технология, в том числе и Интернет, определяют новую технологию борьбы за власть. Аудитория Интернет в Кыргызстане, отмечает он, составляет свыше трех миллионов человек. Это - интеллектуальная элита страны. К Сети подключены все кыргызские университеты, спецслужбы, управленческие структуры всех уровней. В этом отношении Интернет - идеальный

инструмент для запуска в массовое сознание необходимых сюжетов. Нужно учесть, что слухи, передаваемые через Интернет, анонимны и никого нельзя привлечь к ответственности за дезинформацию населения. Между тем СМИ часто ссылаются на Интернет. В ходе выборов избирательных компаний Интернет может стать механизмом создания политического кризиса, помещая массу компрометирующих материалов на тех или иных политических деятелей.

В Кыргызстане аудитория Интернета пока ещё ограничена, но она расширяется, а самое главное - она включает людей, которые активно ищут и поглощают информацию в отличие от пассивного зрителя телевизионных каналов.

Для эффективного использования Интернета в политических кампаниях необходимо составить четкое представление о возможностях его воздействия на кыргызскую аудиторию. Прежде всего, надо учитывать, что в кыргызстанском обществе Интернет

еще не стал средством массовой коммуникации. Следовательно, его можно использовать только для воздействия на специфические группы, которые являются его постоянными пользователями.

Итак, Интернет представляет собой новый информационный канал, который открывает специфические возможности для воздействия на общественное мнение. Но, как показывает практика, Интернет целесообразно использовать в ходе политической кампании в комплексе с другими каналами.

Подводя итог, можно отметить, что манипулятивные возможности СМИ огромны и их ни в коем случае нельзя преуменьшать, поскольку при помощи многочисленных приемов и «уловок» СМИ сегодня не просто участвуют в констатации и освещении политических событий, а создают собственное художественно-иллюзорное пространство, которое выдают за реальную модель политического мира.

Библиографический список

1. *Василенко И. А.* Информационные ресурсы власти и формирование новой постклассической картины политического мира XXI века // Вестник МГУ. – Серия 21. – Управление. – 2004. – №2. – С. 51-62.
2. *Современные политические технологии.* Международный семинар // Сборники информационных материалов. – СПб., 2005. – С. 15
3. *Парето, В.* Компендиум по общей социологии // Антология мировой политической мысли [Текст]: в 5 т. [Отв. ред. Т.А. Алексеева] / В. Парето. – М.: Мысль, 1997. Т. 2. 830 с.
4. *Омуралиев Н.* Социологическое исследование СМИ КР, 2010.
5. *Связи с общественностью в политике и государственном управлении /* Под общ. Ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС. 2001. – 675 с.
6. *Таранов П.* Приемы влияние на людей – М., 2002. – 301 с.

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN POLITICAL MARKETING IN THE KYRGYZ REPUBLIC

M.M. Mukhtarov, *doctoral*
Balasagyn Kyrgyz national university
(Kyrgyz Republic, Bishkek)

***Abstract.** The article considers the needs of the political system in the means of communication. The media have great opportunities to actively influence not only the citizens' perception of certain political phenomena and events, but also their relations to politics in general. The manipulative capacities of the Kyrgyz media are so great, and the ways and techniques of manipulation are so numerous and varied that this issue can not be left without attention. A distinctive feature of the relations between the authorities and the media that have developed in the political market of Kyrgyzstan is the direct participation of the media in numerous election campaigns that have become an integral part of the life of the Kyrgyz society today.*

***Keywords:** mass media, communications, politics, manipulation, information technology, Internet, deceit, lies, subjects of politics, media holding, media empire.*