

УДК:327

Баялиева Жамиля Каинбековна
аспирант Кыргызского национального университета
имени Жусупа Баласагына,
Кыргызская Республика, город Бишкек
Bayalieva Zh. K.
postgraduate student
of the Kyrgyz National University
named after Zhusup Balasagyn, Kyrgyz Republic,
Bishkek city

**СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
ПРИМЕРОВ МАНИПУЛЯЦИЙ НА ВЫБОРАХ И ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ
В КЫРГЫЗСТАНЕ**

**КЫРГЫЗСТАНДА ШАЙЛООНУ МАНИПУЛЯЦИЯЛОО ЖАНА ЖАШТАРДЫ
ТАРТУУ МИСАЛДАРЫН КОЛДОНУУ МЕНЕН САЯСИЙ БАШКАРУУНУН
СТРАТЕГИЯЛАРЫ**

**STRATEGIES FOR POLITICAL GOVERNANCE USING EXAMPLES OF ELECTORAL
MANIPULATION AND YOUTH ENGAGEMENT IN KYRGYZSTAN**

Аннотация. Статья посвящена изучению молодежи и теоретических аспектов избирательных технологий. Анализ избирательных технологий политического менеджмента сквозь призму, нормативного, маркетингового, структурно-функционального, коммуникативного и сравнительного подходов позволил представить избирательные технологии на примере манипуляции как многоаспектный общественно-политический феномен, а также как интегрированную междисциплинарную систему знаний.

Ключевые слова: избирательные технологии, выборы, молодежь, избирательная кампания, политическая партия, кандидат, электорат, политический маркетинг, коммуникация.

Аннотация. Бул макала шайлоо технологиялар теориялык аспекттерин изилдөөгө арналган. Таратуучу, жөнгө салуу, түзүмдүк-иш, байланышуу жана салыштырмалуу мамиле көп кырдуу коомдук-саясий көрүнүш, ошондой эле бирдиктүү көп тармактуу билим система катары башкаруудан мисалында шайлоо технологияларын киргизүүгө, призма аркылуу шайлоо саясий башкаруу технологияларды талдоого мүмкүндүк берет

Негизги сөздөр: шайлоо технологиялары, шайлоо, жаштар, шайлоо өнөктүгү, саясий партия, талапкер, электорат, саясий маркетинг, коммуникация.

Annotation. The article is devoted to the study of youth and the theoretical aspects of electoral technologies. Analysis of electoral technologies of political management through the prism of manipulative, normative, marketing, structural-functional, communicative and comparative approaches made it possible to present electoral technologies using the example of manipulation as a multidimensional socio-political phenomenon, as well as an integrated interdisciplinary system of knowledge.

Key words: election technologies, elections, youth, election campaign, political party, candidate, electorate, political marketing, communication.

Исследование политической манипуляции как особенного вида психологического воздействия на молодежь, предполагает сосредоточение 2-х полюсов в структуре данного процесса. Один из пунктов зрения фактической политологии подразумевает как в одинаковой критерии иницирующая и исполняющая межличностную манипуляцию, является ее вдохновителем и интенсивным реализатором. Эта сфера отмечается как одинаковостью критериев как ресурс манипуляционного влияния, механизм либо компонент влияния. Иную сторону, в какую нацелено манипуляционное влияние и что подразумевает как одинаковой критерию предмет общественно-политической манипуляции, означают как получатель. Таким способом, в свойстве ключевых скелетных компонентов схемы описания осматриваемого хода представляет, с одной края - непосредственно манипулятор, элемент манипулирования либо субъект влияния, а с иной личность, в коего оно ориентировано, - предмет манипулирования либо получатель влияния. Политическая манипуляция – это вид психологической манипуляции, концентрирующийся на структуре двух полюсов в изучении молодежи. Почему? Согласно одной из точек зрения современной политической науки, критерий межличностной манипуляции является движущей силой ее реализации.

Критерии этой области идентичны критериям инструмента манипулятивного воздействия, стимулирующей силы или компонента воздействия. Противоположное направление манипулятивного воздействия и цель социально-политической манипуляции идентифицируется как реципиент по тем же критериям. проверяемое лицо подвергается манипуляциям или влиянию.

В нашем изыскании в значимости предмета представляет избиратели. На наш взор, типом манипулирования необходимо располагать на эти две данных края, т.е. и «клиентов-заказчиков» и профессионалов «разработчиков исполнителей», благодаря тому, что как, их область взаимосвязаны и взаимовыгодны. Нам, в равной мере как исследователям, более любопытна 2-группа. В завершающем этапе технологизация избирательного процесса оказалась наиболее перспективной областью фактической политологии в равной мере в силу наибольшей востребованности, подобным способом и высокой рентабельности. Усложнение и активность общественных действий в мире, воздействие совершающихся общественно-политических происшествий в ежедневную жизнедеятельность Лица создают его всегда наиболее подвластным с уведомлений СМИ. Личность, на сегодня не ограничиваться без СМИ, практически стает невольником употребляемого им информационного ресурса и, таким образом, доступным предметом манипуляционных технологий. Согласно заявлению М.Мухтарова: «Информационные принципы общество постоянны. Однако на сегодня, если инфо данные обрабатываются и пробуждаются, они переключились на новую ступень, данная правда приняла новое рождение». СМИ имеют крупными способностями воздействия на сознание и эмоции людей, на их характер идей, методы и аспекты оценок, образ и определенную мотивировку общественно-политического действия. Так как без радиовещания, tv, печатные изданий и журналы, в том числе и отлично организованный Личность никак не сумеет верно, ориентироваться в трудной мозаике несовместимых общественно-политических действий, при-

нимать и отвечать на заключения. СМИ дают возможность ему выходить за тесные границы посредственного личного навыка, создают видимым целое общество политических деятелей, при помощи «призмы» собственного и личного общественно-политической действительности. Избрание президента вовлекает в процесс наибольшего количества жителей государства, нежели избрание депутата – т.е., жителей округа. Любой вероятно допустимый предмет управления в общественно-политической кампании допускается относительно в нескольких вариантах, отличающихся по уровню помощи субъекта управления: Активно-опорные, т.е. общество, что в силу линии факторов (совпадение по ценностной ориентации, интересов, узнаваемости) сознательно и концентрированно готовы содействовать с типом управления, подкреплять его воздействия и в том числе и в меру своих сил содействовать в осуществлении установленного порядка. В разных общественно-политических кампаниях имеет возможность являться либо избиратели какой-либо партии, что при разных обстоятельствах проголосует за ее кандидатов. Владеющие единым кругом интересов с лоббистским предложением и т.п. В избраниях, к образцу, они с большой долей вероятности проголосуют за предлагаемого кандидата управления, однако в их воздействия может проявить всевозможные действие. Занимающие промежуточную позицию, т.е. общество, точно не проявленным общественно-политическим зрением, не владеющие проявленными симпатиями к политическим руководителям либо партиям. Они незначительно информированы о целях субъекта политического процесса и целиком заняты в персональных трудностях. Настроенные подозрительно, т.е. общество, или симпатизирующие иным политическим партиям и политическим руководителям, или обладающие сформировавшееся мнени-

ем к абсолютно всем политическим деятелям, или разочаровавшиеся, не верящие в способности показанных на общественно-политическом поле национальных и политических функционеров которые не могут разумно разрешать трудности государства либо региона. Сомнение достаточно направлять их к отказу по взаимодействия с типом управления в общественно-политической кампании. Враждебно-настроенные, т.е. общество, ранее сделавшие собственный политический выбор и обернувшиеся в действующих приверженцев политических лидеров и - политических партий. Произведенный резидентами предоставленной категории политический подбор достаточно направлять их к поступкам, обращенным в противостояние и в том числе к сопротивлению субъекту управления. Указанное разделение народа, осматриваемых в свойстве предмета управления, предполагает собою главную основательную задачу, какую требуется разрешать субъекту управления в процессе политической кампании. Субъект обязан прилагать усилия, для того чтобы сдержать и область собственного воздействия на первые 2-категории, привлечь и третью и согласно способности нейтрализовать воздействия, кто принадлежит к 4 и 5 группам. Удачное постановление данной трудности находится в зависимости, в какой мере отличен элемент управления который предполагает себя на действительных избирателей, с которыми ему нужно действовать. Любые взаимодействия в мире происходят в рамках структурированного общественного места. Структуры- это постоянные взаимоотношения. В общих чертах они имеются в варианте институтов, учреждений, компаний, статусов. Личность, неминуемо входит в структурированные отношения. Личность захватывает статусные воззрение, берет на себя и в себе содержит общественные значимости. Принужденный функционировать в

структурированном общественном месте, Личность не имеет возможность избежать институциональные и массовые общепризнанные меры, что прикладывают лимитирования в его подбор методов свершения, и на его воздействия. Человек существует в структурированном общественном обществе. С имеющиеся в мире общепризнанные мер, принципов, представлены характеризующие сущность модификаций поведения. В таком случае само собою разумеющимся, и вследствие чего приняли собственно данную фигуру. Тем не менее, с целью осмысления важности общественных строений в жизнедеятельности людей, в этом части в политическом процессе, людям следует сформировать единое понимание об этом, как подходит процедура их формирования. Общественные структуры или появляются вследствие выхода в свет привычки к циклическим взаимодействиям, или формируются, посредством обращенного развития установленных общепризнанных мер, как правило, поначалу поддерживаемых силой. П. Бергер и Т. Лукман показывают характерные черты первого варианта развития общественных строений: «Конкретное общество сначала вступают в связь. В последствии многократного возобновления данного взаимодействия его характер фиксируется в памяти людей и воссоздаваться ими согласно привычке. Таким образом, совершается «отделение» модификации действия с ее разработчиков, реификация (материализация), изменение в непредвзятую данность».

Значительное воздействие в развитие общественно-политических мнений, его общественно-политического подбора проявляет общественная сфера. Тут покоятся тяжелые послы, сформируются у персоны демократические взгляды и ориентации либо симпатия которое дает преимущество авторитарным и иным не демократическим мыслям и практикам. Особенно мощное влияние в обществен-

но-политическое понимание и действия персоны, согласно суждению множества политологов, проявляет такого рода условие, как образование. Установлено ленинское утверждение об этом, что общество нет никакого взаимоотношения к политическому процессу не имеют все шансы победит в выборах. В силу собственной необразованности они имеют шансы быть предметом общественно-политического манипулирования, являться привлеченными, несмотря собственным заинтересованностям, в общественно-политические перемещения экстремистского смысла и т.п. Малограмотная личность нужна за пределами сознательно-политических процессов, представляется предметом общественно-политических операций, а не их типом. Нежели ранее степень создания имиджа, для того чтобы был политически ориентирован и, для того меньше подвергался манипуляции. Формирование, расширяет политический круг интересов кандидата, и существенно защищает приверженности к экстремистским теориям, повышает умение Лица произвести в этапе селективных кампаний разумный подбор, а не чувствительный, как этого ожидает устроитель манипуляции. Еще один существенным условием дифференциации электората, является условие территориальных отличий. Контрастность между муниципальными и сельскими районами - один из основных закономерностей географии выборов в Кыргызстане. Новые общественно-политические мысли больше появляются в муниципальных конгломератов и потом из того места разносятся далее. Следовательно, крупнейшие мегаполисы значительно активнее избирают и выражают подобные мысли политические силы, чем периферия, в особенности аграрная. Город постоянно выделялся собственными реформаторскими и расположениями, что же обнаружилось отображение в популярной составе: «демократический, преобразовательный

город - чем реакционное село». Как норма, большего города, это меньшее воздействие левосторонних партий и крепче воззрение справедливых и центристских сил. Большая часть интеллигенции и персон с высшим образованием, высокообразованный бизнес формируют основу голосования за либералов. Отдельные ученые, говорят, что величина и статус города это основное условие, решающий результаты выборов.

Для того чтобы предсказать, как поделятся в голоса за различные партии, довольно понимать и знать количество его населения. Как представлено, подобная степень зрения абсолютно не аргументирована. Осматривая результаты выборов в Жогорку Кенеш согласно муниципальным территориальным селективным комиссиям, эксперты выявили отличия в действии избирателей городского и районного населения. Манипуляционные методы влияния, направленные на городских избирателей значительно различают способами и методами применяемых с целью манипуляции бщественностью, т.е., по причине географического расположения. Оно показывает в положение проживания - область, столица, город, село. Как демонстрируют изучения, в каждом государстве допускается заявлять о областном складе ума, т.е. о совокупные стандарты рассудка, обычаев и повадок, типов идеи, ценностей, свойственных жильцам разных территории. «Региональный менталитет» оказывает большое влияние в понимание находящейся вокруг реальности, и, к примеру, один из случаев явление имеет возможность спровоцировать различные взаимодействия у населения Бишкека либо Таласа, Нарына либо Жалал-Аба-

да. «Региональный менталитет» создает неосуществимым использование методов ведения избирательной кампании. Социально-демографические отличия также прикладывают собственный след в общественно-политических предпочтений электората, таким образом,[419] и в используемые манипуляционные ресурсы влияния. Специалисты по психологии многократно отмечали отличия в восприятии общественно-политических фаворитов представителями сильного пола и представительницами слабого пола. Эти половые различия предрасположены, производить оценку политических деятелей согласно наружному типу, а не с их программным заявлениям. Помимо этого, присутствие особых «женских» задач, имеющих отношение к многофункциональным повинностям женщин в мире, дискриминации и т.п., предоставляют и предполагают себе что политические деятели будут их выразителями и заступниками их особых заинтересованностей. Согласно сведениям социологических выборочных опросов, в Кыргызстане большая часть активных избирателей - представительницы слабого пола (в 2005 г. их часть в электорате собрала 55%). Разделение жителей согласно году рождения следует, что в мире имеется проблема «отцов и детей», если младшее поколение, выросшее в новых условиях, меняет отдельные основы институтов общественного существования, где встречается недопонимание, а порой и порицание старших. Помимо этого, принимаются и некоторые психические характерные черты у молодых людей: они наиболее мобильны, они легко и просто пересматривают собственные убеждения, раскрыты к восприятия новой информации.

Литература:

1. *Василенко И. А.* Информационные ресурсы власти и формирование новой пост-классической картины политического мира XXI века // Вестник МГУ. - Серия 21.- Управление. - 2004. - № 2. - С. 51 -62.

2. Современные политические технологии. Международный семинар//Сборники формационных 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 2010г.
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-С301
7. *Мухтаров М.* диссертация «Политический маркетинг в Кыргызской Республике».