

УДК:32.32. 019. 51

Усекеев Э.Ж.

доктор философских наук, и.о.профессора

(Кыргызстан, г. Бишкек)

Торомырзаева Ж.Т.

аспирантка института философии им.А.Алтымышбаева

Usekeev E.Zh.

doctor of philosophy, acting professor

(Kyrgyzstan, Bishkek)

Toromyrzaeva Zh. T.

postgraduate student at the A. Altmyshbaev Institute of Philosophy

**МААЛЫМАТТЫК КООМДУН МАДАНИЯТЫ.
САЯСИЙ КОММУНИКАЦИЯНЫН ТЕОРИЯЛЫК БАЯНДАМАСЫ**

**КУЛЬТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ
ДИСКУРС ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

THE CULTURE OF THE INFORMATIONAL SOCIETY.

THEORETICAL DISCOURSE OF POLITICAL COMMUNICATION

Аннотация. Макалада коммуникация саясат таануучулардын, социологдордун, филологдордун, маданият таануучулардын, психологдордун, тарыхчылардын жана кибернетиктердин жана башка илимпоздордун ишмердүүлүгүнүн негизин түзгөн маалыматтык коом маселеси каралат. Ой жүгүртүү мүмкүнчүлүгү авторду алар жөнүндө «коммуникациялык изилдөөлөрдүн таасир зонасына кирген дисциплиналар» деп айтууга түртөт. Ошондуктан, мисалы, эки баштапкы түшүнүктүн - коом менен маалыматтын кесилишинин негизинде гана пайда болгон «маалыматтык коом» түшүнүгүнүн пайда болушунда таң калыштуу эч нерсе жок.

Негизги сөздөр: маалыматтык коом, санариптик сабаттуулук, массалык коммуникация, саясий коммуникация, медиа маданият, жарандык активдүүлүк, коммуникацияны изилдөө, фрейминг, медиа.

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос информационного общества, в котором коммуникация является основой деятельности политологов, социологов, филологов, культурологов, психологов, историков и кибернетиков и других ученых, посвятивших свои исследования вопросу гуманитарных дисциплин. Возможность рефлексии побуждает автора выразиться о них как о «дисциплинах, входящих в зону влияния коммуникативистики». Поэтому нет ничего удивительного, например, в появлении понятия «информационное общество», которое возникает лишь на основании пересечения двух исходных понятий - общества и информации.

Ключевые слова: информационное общество, цифровая грамотность, массовая коммуникация, политическая коммуникация, медиакультура, гражданская активность, коммуникативистика, фрейминг, медиа.

Abstract. The article considers the issue of “informational society”, in which communication is the basis for the activities of political scientists, sociologists, philologists, culturologists, psychologists, historians and cyberneticians and other scientists who have devoted their research to the issue of humanities disciplines. The possibility of reflexion prompts the author to refer to them as disciplines within the zone of influence of communicativism. Therefore, there is nothing surprising, for example, in the emergence of the concept of “information society”, which arises only on the basis of the intersection of the two original concepts - society and information.

Key words: informational society, digital literacy, mass communication, political communication, media culture, civic engagement, communitivistics, framing, media

«Информационное общество» — это совокупность ценностей, норм, обычаев и практик, которые формируются в условиях современного развития социальных институтов, в которых информация и технологии играют центральную роль.

Информационное общество включает в себя широкий спектр людей и организаций, которые активно взаимодействуют с информацией и используют цифровые технологии в своей деятельности. Например:

- Граждане, использующие смартфоны, компьютеры и интернет для общения, работы, развлечений и получения информации.

- Образовательные учреждения: Учебные заведения, от школ до университетов, используют технологии для обучения, онлайн-курсов, дистанционного образования и исследований.

- Государственные и муниципальные органы: органы власти разных уровней используют информационные технологии для управления, обеспечения государственных услуг, цифровизации бюрократических процессов и взаимодействия с гражданами.

- Представители бизнес-сообщества: компании и предприниматели используют информационные технологии для управления бизнесом, маркетинга, электронной

коммерции и оптимизации производственных процессов.

- Медиа издания: информационные агентства, издательства, телевидение и радио используют цифровые средства для производства, распространения и потребления новостей и развлечений.

- Научно-исследовательские организации: представители академического сообщества и исследователи в разных областях используют информационные технологии для проведения экспериментов, анализа данных и обмена знаниями.

- Онлайн-сообщества: форумы, социальные сети и чаты, где люди обмениваются информацией и общаются на разные темы. [1]

Особенность информационного общества заключается в широком распространении информационных технологий и их влиянием на повседневную жизнь, работу и общество в целом. Участники информационного общества взаимодействуют между собой по средством активного применения цифровых коммуникаций.

Вопрос информационного общества можно рассматривать через призму теоретического дискурса массовой коммуникации, и теоретического дискурса политической коммуникации.

Теоретический дискурс политической коммуникации — это обширное поле исследований, которое охватывает различные теории, концепции и подходы к изучению процессов массовой коммуникации: теория структуры, теория влияния медиа, теория рецепции, теория двухсторонней коммуникации.

Эти и другие теоретические дискурсы объединяются в исследованиях политической коммуникации, помогая понять сложные взаимосвязи между средствами массовой информации, аудиторией и обществом в целом. Теории политической коммуникации помогают объяснить, как формируются общественные мнения, как распространяется информация и как она влияет на нашу культуру и политику.

Теоретический дискурс политической коммуникации отвечает на вопрос о том, как политики и общественность взаимодействуют через коммуникацию в политической сфере и включает в себя: теорию гражданской коммуникации, фрейминг, риторику, воздействие медиа. [2]

Данный вид дискурса оказывает содействие в понимании сложной динамики политической сферы, включая выборы, политические кампании, принятие решений и взаимодействие между различными исполнителями. Они также помогают анализировать воздействие коммуникации на политические процессы и общественную политику.

Рассмотрим одну из наиболее известных теорий политической коммуникации согласно методу Лассуэлла. Американский политолог Гарольд Д. Лассуэлл разделил процесс коммуникации на 5 основных стадий:

1) Источник информации или отправитель сообщения (**кто** распространяет информацию?);

2) Непосредственно информация или сообщение (**что** распространяется?);

3) Средство передачи информации? (**канал связи**);

4) Целевая аудитория (**кому** посвящена информация);

5) Ожидаемый результат (**эффект**, который должен быть по результатам распространения информации).

Данный метод оказывает содействие при проведении анализа процесса коммуникаций, изучением которого занимается широкий круг исследователей. Политические партии используют метод Лассуэлла для разработки эффективных стратегий политической коммуникации и маркетинга. Он помогает понять, как сообщения и идеи могут быть эффективно переданы избирателям через различные каналы связи. Также данный метод помогает понять какие факторы влияют на формирование общественного мнения. Знание метода Лассуэлла играет большую роль для тех, кому интересна политика, общество, коммуникационные стратегии. Его практическое применение оказывает содействию в понимании и анализе сложных взаимосвязей в политических процессах и общественной жизни. [3]

Впервые упоминание о данном методе было использовано в его работе «Техника пропаганды в мировой войне», опубликованной в 1927 г. Автор анализировал пропагандистские методы и коммуникационные стратегии, используемые во время Первой мировой войны. Тогда он отметил важные элементы коммуникации и определил уровень их воздействия на формирование общественного мнения и поведение людей. Эти идеи заложили основу для разработки модели Лассуэлла, которая представляет собой понимание процессов коммуникации в политическом и социокультурном контексте. [4]

Несмотря на широкое распространение данного метода он подвергается критике по ряду причин: идеологическая нейтральность; отсутствие внимания к культурным особенностям; линейный характер коммуникации; отсутствие учета внутренних факторов, влияющих на процесс политической коммуникации. Отмечается, что метод Ласуэлла упрощает сложные политические и коммуникационные процессы. Он рассматривает исходя из разделения на отдельные компоненты. Данный подход приводит к недостаточному учету разнообразия факторов, влияющих на коммуникации.

Между тем, ни в теории коммуникации, ни в теоретическом дискурсе политической коммуникации, подобной дискурсивной недостаточности не наблюдается. Именно поэтому теоретическому дискурсу политической коммуникации нередко приходится прибегать к их помощи, а также к помощи иных политических дискурсов и теорий. В этом и кроется подлинная причина идентификации политической коммуникации с массовой коммуникацией или с коммуникацией как таковой. В связи с этим необходимо провести анализ особенностей теоретического дискурса массовой коммуникации и теории коммуникации, их влияния на политическую коммуникацию, указать на те отличия, которые позволят теоретическому дискурсу политической коммуникации преодолеть терминологическую недостаточность, в результате чего появится возможность сформировать собственную дискурсивную базу исследований политической коммуникации.

Уточнения употребления термина «политическая коммуникация» зачастую оказываются более существенными для понимания ее сути, нежели само его определение. В большинстве из них отмечается возрастающая роль СМИ в политическом процессе: «знаменательно, что в современной политологии СМИ характеризуют такими пышными титулами, как «великий

арбитр», «четвертая ветвь власти» (наряду с законодательной, исполнительной и судебной) и т. д. Вера во всемогущество телевидения настолько велика, что иные политические исследователи делают выводы следующего рода: «тот, кто контролирует телевидение, контролирует всю страну». Подобные уточнения еще раз подтверждают: отождествление едва ли происходит по причине теоретической небрежности или невнимательности. Не удивительно, что большинство исследований политической коммуникации видит своей целью изучение участия политических институтов в процессах массовой коммуникации, а также управление этими процессами. [5]

Впрочем, существует и иная точка зрения на роль политических институтов в эпоху тотальной коммуникации. Жан-Франсуа Лиотар (Jean-François Lyotard) - французский философ и социолог, известный своими исследованиями в области коммуникации.

С точки зрения Лиотара, коммуникация в обществе усложняется в связи с разнообразием языков, игр смысла и отсутствия общности в рассказах. Он подчеркивает разнородность знаний, их фрагментированность и отсутствие общей теоретической основы.

Автор сосредоточил внимание на том, как различные подходы и социокультурные контексты влияют на процессы коммуникации и формирование знания. Его работы обусловили обсуждение постмодернизма и коммуникации. [6]

Несогласие с идеями Лиотара проявляется в связи с рядом факторов. Например отсутствие дальнейшего руководства к действию; несогласие с пренебрежением универсальными нормами; сложность изложения. Данные критические замечания не отменяют важности и влияния идей Лиотара на современную философию, социологию и исследования культуры.

В целом, отождествление массовой коммуникации и политической коммуникации становится традицией и для политической науки. Однако вряд ли в этом есть ее вина. Даже те работы, которые пытаются развести политическую и массовую коммуникацию, вынуждены в значительной степени ориентироваться на работы западных авторов как раз по массовой коммуникации. [7]

В информационном обществе, где коммуникация и информация стали жизненно важными элементами, роль теории политической коммуникации преобладает над всеми остальными. Теория политической коммуникации предоставляет инструменты для понимания сложных взаимодействий между политиками, гражданским обществом и медиа, помогая проводить анализ воздействия коммуникации на политические процессы и решения.

Данная теория оказывает содействие в разработке эффективных стратегий коммуникации, обеспечивая прозрачность и открытость политических процессов. Теория политической коммуникации также учит нас критическому анализу информации, что становится все более важным в мире, в котором фейковые новости и дезинформация могут иметь серьезные последствия.

Более того, она способствует развитию гражданской коммуникации, позволяя гражданам активно участвовать в политических дискуссиях и влиять на решения. Теория политической коммуникации также помогает нам лучше управлять кризисами и конфликтами, обеспечивая эффективную коммуникацию в сложных ситуациях.

Наконец, исследования в области политической коммуникации позволяют нам оценивать эффективность политических кампаний, что способствует оптимизации повышению качества политической практики.

Список использованной литературы:

1. См., например: Гутнер Б.Г., Огурцов А.П. Дискурс // Новая философская энциклопедия: в 4 т. Том 1: А -Д/Ин-т философии РАН, Нац. Общ.-научн. Фонд; Научно-ред. Совет: преде. В.С. Степин, заместители преде: А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин, уч. Секр. А.П. Огурцов. М.: Мысль, 2000. С. 670 - 671.
2. См.: Фуко М. Археология знания. К.: Ника-Центр, 1996.
3. "Propaganda Technique in the World War" by Harold D. Lasswell (1927) С. 5
4. "The Theory and Practice of Political Communication Research" edited by Jesper Ström-bäck and Lynda Lee Kaid (2008) С. 374.
5. Таранов П. Приемы влияние на людей – М.2002- С. 301
6. Мухтаров М. диссертация «Политический маркетинг в Кыргызской Республике»
7. Шварценберг Р.Ж. 1992. Политическая социология (пер. с фр.). Ч. III. М. 341