

## Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti



## Sharqshunoslik. Востоковедение. Oriental Studies

SHARQSHUNOSLIK  
ВОСТОКОВЕДЕНИЕ  
ORIENTAL STUDIES

Jurnal websayti:

<https://orientalstudies.uz/index.php/os>

## ZAMONAVIY SIYOSIY KOMMUNIKATSIYA VA JAMIYAT

**Muxabbat Saliyeva***Tarjimashunoslik va xalqaro jurnalistika kafedrasida dotsenti,**Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti**Toshkent, O'zbekiston**Email: [muhabbat2962@mail.ru](mailto:muhabbat2962@mail.ru)*

## MAQOLA HAQIDA

**Kalit so'zlar:** Siyosat, jamiyat, fuqaro, hokimiyat, Ommaviy, kommunikatsiya, sub'ekt, mafkura, siyosiy elita, ijtimoiy, manipulyatsiya

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada davlat va jamiyat boshqaruvida siyosiy kommunikatsiyaning o'ziga xos tizimlari haqida fikr yuritiladi. Siyosiy kommunikatsiya turli yo'llar bilan, xususan, muayyan odamlar va jamoalarga siyosiy xabarlar yuborish orqali amalga oshiriladi. Xabarlar ularga nisbatan jamoatchilikning qiziqishini uyg'otadigan faktlar bayoni yoki voqea-hodisalar mazmunini tushuntirish sifatida ko'rinishi mumkin.

Xabarlarining tashabbuskori (kommunikator), qoida tariqasida, rahbar yoki siyosiy tashkilotdir. Aloqa sub'ekti axborotni shakllantirish va tarqatish mexanizmiga ega. Davlat hokimiyatning eng muhim instituti sifatida rasmiy ma'lumotlarni, xususan, og'zaki (brifinglar, rahbarlar bilan suhbatlar va boshqalar tarqatish uchun kerakli miqdordagi kanallarga ega bo'lishi kerak yoki qog'ozga tegishli (gazeta va jurnallardagi nashrlar, hukumat byulletenlari), shuningdek, fuqarolar bilan uzluksiz muloqot qilish imkonini beruvchi vizual va elektron (davlat telekanallari va mintaqaviy aloqa tizimlari va boshqalar) tizimga ega bulishi kerak.

## MODERN POLITICAL COMMUNICATION AND SOCIETY

**Mukhabat Saliyeva***Associate Professor,**Tashkent State University of Oriental Studies**Tashkent, Uzbekistan*

---

**ABOUT ARTICLE**

---

**Key words:** Politics, society, citizen, power, Mass, communication, subject, ideology, political elite, social, manipulation.

**Abstract:** This article reflects on specific systems of political communication in state and public administration. Political communication occurs in a variety of ways, particularly by sending political messages to specific people and communities. Messages can act as a statement of facts or an explanation of the content of events that arouse public interest in them.

The initiator (communicator) of messages is, as a rule, a leader or political organization. The communication object has a mechanism for generating and distributing information. As the most important institution of state power, it must have the required number of channels for the dissemination of official information, including oral (briefings, interviews with leaders, etc.) or paper (publications in newspapers and magazines, government bulletins), as well as those that allow continuous communication with citizens must have visual and electronic (state television channels and regional communication systems, etc.) systems.

---

**СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ОБЩЕСТВО**

*Мухабат Салиева*

*Доцент кафедры переводоведения и международной журналистики,  
Ташкентский государственный университет востоковедения  
Ташкент, Узбекистан*

---

**О СТАТЬЕ**

---

**Ключевые слова:** Политика, общество, гражданин, власть, Масса, коммуникация, субъект, идеология, политическая элита, социальная, манипуляция.

**Аннотация:** В данной статье размышляются специфические системы политической коммуникации в государственном и общественном управлении.

Политическая коммуникация осуществляется различными способами, в частности путем отправки политических сообщений конкретным людям и сообществам. Сообщения могут выступать как констатация фактов или объяснение содержания событий, вызывающих к ним общественный интерес.

Инициатором (коммуникатором) сообщений является, как правило, лидер или политическая организация. Объект связи имеет механизм формирования и распространения информации. Как важнейший институт государственной власти он должен иметь необходимое количество каналов распространения официальной информации, в том числе устных (брифинги, интервью с руководителями и т.п.) или бумажных (публикации в газетах и журналах, правительственные бюллетени), а также так как те,

---

которые позволяют осуществлять непрерывную связь с гражданами, должны иметь визуальную и электронную (Государственные телеканалы и региональные системы связи и т. д.) системы.

## KIRISH

Davlat hokimiyati sohasida turli maqsadlar va usullar, tuzilmalar va siyosiy jarayonlar odamlar o'rtasidagi axborot va aloqa almashinuvining murakkab, ko'p qirrali kommunikatsiya shakllarini belgilaydi. Ommaviylikni kasb etgan mazkur siyosiy hodisa keng talqinga ega. “Bu hodisa turli ijtimoiy-siyosiy harakatlar va mafkuralarni ifodalash uchun ishlatiladigan, ommaga murojaat etib, xalq orasida mashhur qadriyatlar va umidlarni manipulyatsiya qilishga asoslangan siyosiy faoliyat”<sup>1</sup>, degan gipotezani ilgari suradi rossiyalik olim, professor N.Baranov. Darhaqiqat, har qanday axborot jarayoni aloqaning tizimli tarmoqlariga asoslanadi, axborot almashinuvi jarayoniga xos bo'lgan tahlil uning eng muhim fundamental tomonlarini ajratib ko'rsatishga imkon beradi. Amerikalik siyosatshunos Gerald Lassuellning fikricha, bunday tuzilmaning asosiy tarkibiy qismlari quyidagi savollarga javob berish zarur: “Kim gapirmoqda? Nima haqida? Qaysi kanalda? Kimga? Qanday ta'sir qiladi?”<sup>2</sup>

Siyosiy kommunikatsiya jarayonlarining yana bir murakkab tuzilishi ularning turli darajalarini hisobga olishni nazarda tutadi. Kanadalik olim Djozef Djon Tomson axborot-kommunikatsiyaning mohiyati va texnik ta'sir darajalarini farqlashni taklif qiladi. “Bu darajalar axborot-kommunikatsiya jarayonining eng muhim va sifat jihatidan farq qiluvchi tarkibiy qismlarini ajratib olishga imkon beradi. Ikkinchi tomondan esa, siyosiy sub'ektlarning omma bilan o'zaro samarali muloqot qilish imkoniyatlarni belgilaydi”<sup>3</sup>, deb hisoblaydi.

Odamlar tomonidan uzatiladigan xabarlarining ma'nosini o'z holatida saqlaydigan yoki saqlanishiga to'sqinlik qiladigan va qabul qiluvchilar tomonidan real talqin qilinishini ta'minlaydigan vositalar, belgilar, tasvirlash qobiliyati bu o'rinda hisobga olinishi kerak. Shu ma'noda turli siyosiy sub'ektlar tomonidan ma'lumotni yetkazishda, kommunikatsiyaga kirishishda og'zaki nutq yoki imo-ishoralar, mimikalar, tana harakati, nutq diapazoni, kulgi va boshqalarning me'yorida bo'lishi muhim.

<sup>1</sup> Баранов Н.А. Популизм как политическая деятельность. – СПб.: Изд – во СЗАГС, 2002. – С. 44.

<sup>2</sup> Лассуэлл Г.Д. Структура и функции коммуникации в обществе // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: 2002. – С. 131.

<sup>3</sup> Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс. 2006. – С. 559.

Siyosatda axborot munosabatlarini amalga oshirishda tashkilotlar ixtiyoridagi texnik vositalar ham muhim rol o'ynaydi, shu nuqtai nazardan qaraganda, siyosiy sub'ektlarning axborot faoliyati maxsus tashkiliy tuzilmalar, kadrlar markazlari, ma'lumotlar banklari, axborotni saqlash va uzatish tarmoqlari va texnologiyalar faoliyati sifatida qaraladi. Bunday barcha texnik aloqa vositalarining ahamiyati va roli xabarni hech qanday o'zgarishsiz, o'z vaqtida va to'g'ri shaklda qanday darajada yetkaza olishi bilan belgilanadi. N.Baranovning ta'riflashicha, “davlat hokimiyati sohasida yoki funktsiyalarni bajarishda o'zlariga zarur bo'lgan qarorlarni tayyorlash va qabul qilish, shuningdek, ular bilan bog'liq harakatlarni amalga oshirish uchun turli axborotlar oqimidan tanlab olinadigan ma'lumotlar siyosiy axborot, deb ataladi”<sup>4</sup>, deyiladi.

Axborot almashinuvi har qanday siyosiy sub'ekt harakatlarining zaruriy sharti bo'lib, rejadagi maqsadlarga erishish uchun siyosiy sohada o'zaro samarali hamkorlik qilish imkonini beruvchi muhim vazifani bajaradi.

“Kim siyosat bilan shug'ullansa, – deb yozadi Alfred Veber – u bergan obro'-e'tibor hissidan bahramand bo'lishga yoki hokimiyatga intiladi yo boshqa (ideal yoki xudbin) maqsadlarga vositachi sifatida qaraydi”<sup>5</sup> degan edi. Muallif ushbu fikrini misollar bilan asoslaydi, bunday misollar hayotdagi barcha jarayonlarga to'g'ri keladi.

Rossiyalik olim P.Shvartsenberg fikrlariga ko'ra “aloqa - bu kelishuvga erishish uchun shaxslar va jamiyatning siyosiy kuchlari o'rtasida doimiy siyosiy ma'no almashinuvi”<sup>6</sup> ekanligi, bu yo'nalishdagi faoliyat samaradorligini oshirish uchun siyosiy sub'ektlar ma'lumotlarni taqdim etishning maqsadliligi, muayyan xabarlar auditoriya manfaatlari, xususiyatlariga mos bo'lishi kerakligi haqida mulohaza yuritadi. S.Lennartning fikricha, “OAV axborot oqimlarida monopoliyalararo emas, balki shaxslararo muloqot bilan birgalikda harakat qiladi. Axborot o'z ob'ektiga bevosita yoki bilvosita shaxslararo muloqot orqali yetib boradi, bu esa fuqarolarning munosabatini shakllantirishga ommaviy axborot vositalari ta'siriga teskari ta'sir ko'rsatishi yoki o'z-o'zidan yangi axborot manbai bo'lishi mumkin”<sup>7</sup>. Har qanday holatda xabarlarni uzatish ma'lum texnik vositalardan foydalanishni o'z ichiga oladi, shuning uchun axborot jarayonlari muqarrar ravishda tegishli texnik qismlar bilan ta'minlangan bo'lishi zarur. Ya'ni bunga axborot tarqatiladigan (efirga uzatiladigan) texnik kanallar, shuningdek, nafaqat uzatish va ishlov berish, balki axborotni to'plash, nazorat qilish, saqlash va himoya qilish imkonini beradigan tuzilmalar ham kiradi.

<sup>4</sup> Баранов Н. Политическая коммуникация. – М.: 2020. – С. 233.

<sup>5</sup> Вебер А. Избранные произведения. – М.: 1990. – С. 646.

<sup>6</sup> Шварценберг П.Ж. Политическая социология. – М.: 1992. – С. 174.

<sup>7</sup> Lenart S. Shaping political attitudes. The impact of interpersonal communication and mass media. – Oxford: Thousand Oaks et al. 1994. – P. 15.

Siyosiy kommunikatsiyani R.Shvartsenberg shunday ta'riflaydi “siyosiy kommunikatsiya – bu siyosiy axborotni uzatish jarayoni, deb ifodalagan, bu jarayon orqali u siyosiy tizimning bir qismidan ikkinchi qismiga, siyosiy tizim va ijtimoiy tizim o'rtasida aylanib boradigan. Shu bilan birga, barcha darajadagi shaxslar va guruhlar o'rtasida uzluksiz axborot almashuvi jarayoni mavjud”<sup>8</sup>, deya ifodalaydi.

O'z navbatida, turli axborot, bilim va xabarlar almashuvchi va iste'mol qiluvchi kishilar o'rtasidagi maqsadli aloqalar siyosiy tizimning turli darajalarini bog'laydi. Siyosiy institutlarga davlat va jamiyatni boshqarish bo'yicha o'ziga xos funktsiyalarni amalga oshirish imkonini beradi.

A.Doychning fikricha, “hukumat davlat boshqaruvining sub'ekti sifatida tizim va atrof-muhit o'rtasidagi axborot oqimlari va aloqa o'zaro ta'sirini, shuningdek, tizimning o'zida alohida bloklarni tartibga solish orqali siyosiy tizimni safarbar qiladi, ya'ni siyosiy tizimdagi kommunikatsiyalarning uchta asosiy turi: 1) shaxsiy, norasmiy kommunikatsiyalar, masalan, deputatlikka nomzodning saylovchi bilan erkin muhitda shaxsiy aloqasi; 2) tashkilotlar orqali, hukumat bilan aloqa partiyalar, tashkilotlar va boshqalar orqali amalga oshirilganda 3) postindustrial jamiyatdagi roli doimiy ravishda oshib borayotgan ommaviy axborot vositalari, bosma yoki elektron vositalar orqali aloqalar”<sup>9</sup>, degan edi.

Zamonaviy siyosiy kommunikatsiya nafaqat saylovoldi tashviqotlari bilan bog'liq, balki siyosiy boshqaruv va davlat siyosati bilan bog'liq keng ko'lamli masalalarni ham qamrab oladi. Keng ma'noda siyosat jamiyatning hokimiyat masalalari bo'yicha konsensus<sup>10</sup>ga erishishi uchun barcha jarayonlarni o'z ichiga oladi.

Gerbert Shiller shunday yozadi: “siyosiy kommunikatsiyalar zamonaviy jamiyat barqarorligini ta'minlashda asosiy rol o'ynaydi, siyosiy miflarning shakllanishiga imkon beradi, uning yordamida zamonaviy davlatda siyosiy elitaning hukmronligini saqlab qolish mumkin”<sup>11</sup>, deb hisoblaydi. U yerda siyosiy aloqaning ilk ko'rinishlariga nisbatan ancha rivojlanganini ko'ramiz.

Yu.Xabermas o'z tadqiqotida siyosat vositachilik zanjiri vazifasini bajaruvchi kommunikativ harakatlar tizimida, masalan, kapitalizm va demokratiya o'rtasidagi munosabatlarda aks etishini ko'rsatgan. Xabermas hokimiyatni ikki asosiy turga ajratadi: “birinchidan, jamiyat ichidagi siyosiy muloqot jarayonida yuzaga keladigan va har qanday repressiya va zo'ravonlikdan xoli, ikkinchidan ma'muriy, uning doirasida siyosiy

<sup>8</sup> Шварценберг Р.Ж. Политическая социология. 3 ч. – М.: 1992. – С. 81.

<sup>9</sup> Дойч А.А. Основы политической теории. – М.: Высшая школа. 1998. – С. 42.

<sup>10</sup> KONSENSUS (lot. consensus – yakdillik, kelishuv) – xalqaro shartnomalar tuzishda parlament yoki kengashlarda tegishli qaror qabul qilish; bunda rasman e'tiroz bildirilmasa, ishtirokchilarning umumiy roziligi asosida rasmiy ravishda ovoz berilmaydi. Konsensus usuli, shuningdek, BMT organlarida tan olingan bo'lib, shu tashkilot doirasida o'tkaziladigan xalqaro konferentsiyalar va kengashlarda qo'llaniladi.

<sup>11</sup> Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: 1980. – С. 97..

kommunikatsiyalar qonuniylikni ta'minlash uchun boshqariladi"<sup>12</sup>, ushbu yondashuvga asoslanib, Habermas zamonaviy demokratiyaning samarali va barqaror mavjudligi uchun juda muhim element davlat siyosati sohasi ekanligini ta'kidlaydi.

Siyosiy aloqalar haqida gapirganda, Toronto aloqa tadqiqotlari maktabi vakili kanadalik tadqiqotchi, Garold Adams Innis aytganidek, "aloqa vositalari, ijtimoiy tuzilish turini belgilaydi va ma'lum ijtimoiy-siyosiy ta'sirlarni yaratiladi. Shu bilan birga, hokimiyatda kim raxbar bo'lsa, ommaviy axborot vositalarini ham nazorat qiladi. Shunday ekan, ommaviy axborot vositalarining turiga qarab, davlat siyosatiga baho berish mumkin"<sup>13</sup>, deydi. Ommaviy axborot vositalarida jamiyatga yetkaziladigan har qanday siyosiy kommunikatsiyaning uzatilishida, o'sha muxitning asosiy muallifi tomonidan ishlab chiqilgan axborot ta'siri mavjud bo'ladi.

O'z navbatida Richard Perloff aytganidek, "milliy yetakchilar, ommaviy axborot vositalari va fuqarolar o'z fikrini bildirish va davlat siyosatini olib borishga oid xabarlarining mazmunini muhokama qilish jarayoni, zamonaviy siyosiy kommunikatsiya, deb tushuniladi"<sup>14</sup>, deydi. Davlat va jamiyat o'rtasidagi axborot jarayonlarini boshqarishda, siyosiy kommunikatsiyaning rivojlanishi, demokratiya va fuqarolik qadriyatlarining tarqalishiga ta'sir qiladi va siyosiy kommunikatsiyaning ishlash modelini takomillashtirishga imkoniyat yaratadi.

Devid Svanson, siyosiy boshqaruvda kommunikatsion jarayonning rolini o'rganar ekan, siyosiy-media tizimi tushunchasini, "Ommaviy axborot vositalari institutlari va davlat hamda siyosiy institutlar o'rtasidagi ularning jamiyat bilan o'zaro munosabatlari sohasidagi doimiy o'zgaruvchan munosabatlar"<sup>15</sup>, deya ta'riflagan. Odamlar axborotni turlicha idrok etishi, uning mazmunini ma'lum qoidalar, odatlar, idrok etish usullari asosida izohlashi sababli, axborot almashish jarayonida sub'ektning mazmunli xabarlarini anglash qobiliyati asosiy ahamiyatga ega. Axborotni sub'ektiv idrok etish, taxlil qilish va o'zlashtirishning bu jihati aloqa yoki siyosiy axborotni jo'natuvchilar, ya'ni kommunikatorlar va qabul qiluvchilar o'rtasida mazmunli aloqalarni o'rnatish jarayoni deb ataladi.

Siyosiy menejment aspektida muloqotning o'rnini va ahamiyati haqida gapirganda, M.Kastel'sning ilmiy pozitsiyasini ta'kidlash lozim, u o'z asarida, "Hokimiyatni amalga oshirish, birinchi navbatda, ishlab chiqarish asosida sodir bo'ladi va madaniy kodlar hamda ma'lumotlarni tarqatish, aloqa tarmoqlarini boshqarish manfaatlarini va qadriyatlarini inson xatti-harakatining

<sup>12</sup> Хабермас Ю. Философский спор вокруг идеи демократии // Демократия. Разум. Нравственность. – М.: 1995.

<sup>13</sup> Innis Harold Adams. The Bias of Communication. – University of Toronto Press. 2008. – P. 226.

<sup>14</sup> Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург. 2004. – С. 11.

<sup>15</sup> Swanson D. The Political – Media Complex at 50: Putting the 1996 Presidential Campaign in Context // American Behavioural Scientist. 1997. N 40 (8). – P. 126.



yetakchi tamoyillariga aylanadi.”<sup>16</sup> , deb yozadi. Bugungi axborot globallashuvi davrida innovatsion texnologiyalarni raqamlashtirish davrida turli axborotlarning kod orqali yetkazilishi inson uchun eng muqobil variant yoki yetakchi tamoyilga aylanib ulgurdi. O'z navbatida, ommaviy axborot vositalari nazariyasining yana bir tarafdori, taniqli mutaxassis R. Deyberet o'zining “Pergament, bosma OAV va gipermedia: dunyo tartibini o'zgartirishdagi aloqalar” nomli kitobida yozadi:

“Aloqa usullaridagi har qanday o'zgarishlar jamiyat ichidagi hokimiyat taqsimoti, shaxsiy va ijtimoiy ongni o'zgartirish, shuningdek, ijtimoiy qadriyatlarni qayta ko'rib chiqish uchun muhim oqibatlarga olib keladigan darajada siyosiy boshqaruvning asosiy maqsadlariga aloqa usullari va shakllarini o'zgartirish orqali erishish mumkin”<sup>17</sup>, degan xulosaga keladi.

M.N. Grachevning fikricha, “siyosiy aloqa – bu axborot almashish jarayonlari, siyosiy axborotni uzatish, siyosiy faoliyatni tuzilmalash va unga yangi mazmun bag'ishlash”<sup>18</sup> , deydi, ya'ni axborotni yaratishda, ayniqsa zamonaviy aloqa va telekommunikatsiya tizimlari sharoitida, axborot xavfsizligi muammolari hamda axborot tizimlarini, axborot texnologiyalarini va ularni qo'llab quvvatlash vositalarini yaratish va qo'llash sohasi siyosiy kommunikatsiya tizimi orqali barcha sohalarning extiyojlari bilan bog'liq holda rivojlanadi.

O'z navbatida, A.I. Solovyov “ommaviy kommunikatsiyalar siyosatning ajralmas qismidir”, deb yozadi: “... turli hokimiyat egalari, shuningdek, davlat va fuqarolar o'rtasidagi vositachilik aloqa shakllari va maxsus aloqa vositalarisiz siyosatni amalga oshirish mumkin emas”<sup>19</sup> , degan fikrga keladi. Ommaviy aloqa zamonaviy dunyoning ajralmas qismi bo'lib, U orqali ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan ma'lumotlarni ishlab chiqarish va almashish, turli guruhlarining o'zaro ta'siri va shaxslarning ijtimoiy tizimga qo'shilishi amalga oshiriladi.

Ko'rinib turibdiki, siyosiy reklama, tashviqot va jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalari bevosita tashviqot tarmoqlari orqali, siyosiy sub'ektlarning to'g'ridan-to'g'ri muloqoti orqali, aloqani ba'zan bir yo'nalishli bo'lsa-da, amalga oshirishga asoslangan. Maqsadli auditoriyaga ega bo'lgan kompaniyalar va ularning vakillari, bilvosita ommaviy axborot vositalari, tashqi reklama orqali axborot aloqalarini tashkil qilish uchun texnik kanallarga ega bo'lishga intiladilar. Davlat hokimiyatning eng muhim instituti sifatida rasmiy ma'lumotlarni, xususan, og'zaki (brifinglar, rahbarlar bilan suhbatlar va boshqalar tarqatish uchun kerakli miqdordagi kanallarga ega bo'lishi kerak yoki qog'ozga tegishli (gazeta va jurnallardagi nashrlar, hukumat byulletenlari), shuningdek,

<sup>16</sup> Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург. 2004. – С. 11.

<sup>17</sup> Deibert R.J. *Parchment, Printing, and Hypermedia: Communications in World Order Transformation*. N.Y.: 1997.

<sup>18</sup> Грачев М.Н. Политическая коммуникация // Вестн.Российск. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. 1999. № 1.

<sup>19</sup> Соловьев А.И., Пугачев В.П. Введение в политологию. – М.: 2000. – С. 41

Perloff R.M. *Political communication: politics, press, and public in America*. – Mahwah: NJ. 1998.

fuqarolar bilan uzluksiz muloqot qilish imkonini beruvchi vizual va elektron (davlat telekanallari va mintaqaviy aloqa tizimlari va boshqalar) tizimga ega bulishi kerak.

Amerikalik olim Ierom Bernard Koen 1963 yilda ommaviy kommunikatsiyaning bunday ta'sirining klassik ta'rifini “kun tartibidagi masalalarni belgilash” tartibi ma'nosida shakllantirdi. Bu ta'sir zamonaviy tadqiqot ob'ektiga aylandi. Uning mohiyati shundaki deydi muallif, “Matbuot odamlarni ma'lum bir fikrga unday olmaydi, lekin u o'z o'quvchilariga nima haqida o'ylash kerakligini aytib bera oladi, kun tartibidagi masalalarni belgilash - bu ommaviy axborot vositalarida yoritilgan kun mavzulari haqida jamiyat o'ylaydigan kognitiv jarayonni tavsiflovchi metafora”<sup>20</sup>, ekanligini tushunarli shaklda ta'riflagan edi.

Baranovning ta'kidlashicha ommaviy axborot vositalarining siyosiy jarayonlarga sezilarli ta'siri tushunchasini qayta tiklash tarafdorlaridan biri J.Zeller quyidagicha ta'riflagan edi, “ommaviy axborot vositalari shaxs va jamoat ongiga, siyosiy munosabatlarga sezilarli ta'sir ko'rsatadi”<sup>21</sup>, ya'ni kommunikatsiyaviy sohada, ommaviy axborot vositalarining haqiqiy qadri qimmatini huquqlarni mustahkamlashda emas, balki aniq shakllantirishda ekanligini ta'kidlaydi muallif.

Shuningdek, Siyosiy jarayonlarning turli maqsadlari va usullari, tuzilmalari va ishtirokchilari, davlat hokimiyati sohasidagi aniq muammolarni hal qilishning boshqa parametrlarining mavjudligi odamlar o'rtasidagi axborot va aloqa almashinuvining murakkab, ko'p qirrali tuzilishini belgilash bilan bir qatorda, har qanday axborot jarayonlarining asosi bo'lgan kommunikatsiyaning tuzilishi, uni tahlil qilish har qanday tizim va axborot almashinuvi jarayoniga xos eng muhim fundamental tomonlarini ajratib ko'rsatishga imkon beradi.

Frantsuz tarixshchisi Jyulь Silьven Zeller ta'rifiga ko'ra, “ommaviy axborot vositalari shaxs va jamoat ongiga, siyosiy munosabat va saylovchilarning xulq-atvoriga sezilarli ta'sir ko'rsatadi”<sup>22</sup> deydi, bu ta'sir albatta siyosiy kommunikatsiya shakllarida namoyon bo'ladi. Siyosiy jarayonlarning turli maqsadlari va usullari, tuzilmalari va ishtirokchilari, shuningdek, davlat hokimiyati sohasidagi aniq muammolarni hal qilishning boshqa parametrlarining mavjudligi odamlar o'rtasidagi axborot va aloqa almashinuvining murakkab, ko'p qirrali tuzilishini belgilaydi, va uning eng muhim fundamental tomonlarini ajratib ko'rsatishga imkon beradi. Germaniyalik siyosatshunos olimi Arendt Xannaning fikricha, “insonning erkinligi va siyosati bir mavzuning ikki tomoni sifatida bir-biriga mos keladi va bir-birini to'ldiradi”<sup>23</sup>. Odamlar axborotni turlicha

<sup>20</sup> Bernard Cohen. *The Triumph of Numbers: How Counting Shaped Modern Life*. Norton. 2005. – P. 224. – P. 9.

<sup>21</sup> Баранов Н. Политические коммуникации. <https://nicbar.ru/politology/study/kurs-teoriya-politiki/leksiya-po-kursu-teoriya-politiki-2002-2007-gg/95-leksiya-26-politicheskie-kommunikatsii>.

<sup>22</sup> Zeller J.S. *Pie IX et Victor Emmanuel*. 1979. – P. 94.

<sup>23</sup> Arendt H. *What is Freedom? // Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought*. – N.Y.: 1993. – P. 149.



idrok etishi, uning mazmunini ma'lum qoidalar, odatlar, idrok etish usullari asosida izohlashi sababli, axborot almashish jarayonida sub'ektning xabarlarini mazmunli idrok etish qobiliyati printsiptial ahamiyatga ega.

Bir guruh olimlar R.Jeykobson, P.Lazersfeld, G.Lassuell qarashlari nuqtai nazaridan muloqotning shaxslararo jihati o'ziga xos xususiyatlarga ega ekanligi aytiladi: “axborot manbai sharhlovchi hodisaning mavjudligi bilan bog'liq; sharhlangan ma'lumot allaqachon xabardir; xabar konteksti ayniqsa ahamiyatlidir; axborot manbalari va kommunikator o'rtasida, bir tomondan, xabar va auditoriya o'rtasida, ikkinchi tomondan, sharhlovchi va tinglovchi tomonidan keladigan shovqinlar mavjud”<sup>24</sup>.

Axborotni sub'ektiv idrok etish, taxlil qilish va o'zlashtirishning bu jihati aloqa yoki siyosiy axborotni jo'natuvchilar (kommunikatorlar) va qabul qiluvchilar o'rtasida mazmunli aloqalarni o'rnatish jarayoni deb ataladi. Bunday tushuntirish shuni ko'rsatadiki, hech qanday ma'lumot siyosiy sub'ektlar o'rtasida tegishli aloqani keltirib chiqara olmaydi.

Boshqacha qilib aytganda, axborot munosabatlarning kommunikativ jihatlari shuni ko'rsatadiki, xabarlar almashinuvi siyosiy munosabatlarning haqiqiy ishtirokchilari sifatida qabul qiluvchilarning xususiyatlarini e'tiborsiz qoldiradigan yuzsiz texnik jarayon emas. Amalda ko'p qarorlar, hatto davlat hokimiyati cho'qqilarida ham, siyosiy rahbarlarning his-tuyg'ulari ta'sirida olingan ma'lumotlardan qat'iy nazar har qanday shaklda qabul qilinishi mumkin.

Ta'kidlash joizki, odamlarning iste'mol darajasi va davlat hokimiyati sohasida turli xil ma'lumotlar almashinuvi nuqtai nazaridan hokimiyatning barcha institutlari va mexanizmlari axborot oqimlarini qayta ishlash vositalari va axborot bozorida nisbatan mustaqil tuzilmalardan boshqa narsa emas. Bundan tashqari, ularning faoliyatining samaradorligi bevosita axborotni tashkil qilish va boshqa sub'ektlar bilan mazmunli aloqalarni o'rnatish qobiliyatiga bog'liq. Shu bilan birga, siyosiy sub'ektlarning o'zi ham o'z qiyofasini o'zgartiradi, turli xil axborot tashuvchisi sifatida namoyon bo'ladi.

Shunday qilib, siyosatni axborot-kommunikatsiya aloqalari nuqtai nazaridan ko'rib chiqar ekanmiz uning tuzilmalari va institutlari siyosiy sub'ektlar tomonidan turli harakatlarini amalga oshirishini belgilaydigan ma'lumotlarni ishlab chiqish, qabul qilish va qayta ishlash uchun mo'ljallangan shunday ijtimoiy yaxlitlik sifatida tushunamiz.

Siyosiy tizimni axborot-kommunikatsiya tizimi sifatida birinchi marta fanga kiritgan olim, Karl Doych bo'lib uning ta'kidlashicha, “Axborot almashinuvidagi texnik tarkibiy qismlarning roli nuqtai nazaridan siyosatni ijtimoiy-texnologik tuzilma sifatida ko'rsatish mumkin, uning

<sup>24</sup> Кретов Б.И. Современная российская политическая система. – М.: 1998. – С. 108.

institutlari axborotni maqsadli uzatish, almashish va himoya qilishga yo'naltirilgan bo'ladi"<sup>25</sup>. deydi, U siyosiy xabarlarini siyosiy xulq-atvorni belgilovchi omil sifatida ko'rib, "hukumatning asab tizimi", deb atagan edi. Karl Doychning fikricha, davlat boshqaruvi axborot oqimlari va jamoat muhiti o'rtasidagi o'zaro aloqa ta'sirini nazorat qiladi va tartibga soladi, buning natijasida u siyosiy tizimni harakatga keltiradi. Karl Doychning yondashuvi keyinchalik nazariy jihatdan rivojlanib boradi. Nemis sotsiologi Yurgen Xabermas kommunikativ harakatlar va siyosatning tegishli elementlariga (qadriyatlar, me'yorlar, harakatlariga) e'tibor qaratib<sup>26</sup>, ularni ijtimoiy va siyosiy tartibning asosi sifatida taqdim etdi. Bundan farqli o'laroq, nemis sotsiologi Xelmut Shel'ski 1965 yilda hokimiyatni siyosiy tashkil etishning ijtimoiy emas, balki texnik jihatlarini ajratib ko'rsatib, "texnik davlat" g'oyasini shakllantirdi<sup>27</sup>. Bunday yondashuvga muvofiq, davlat alohida fuqarolar va guruhlarning xohish-irodasi va manfaatlariga faqat kichik darajada rioya qilishi kerak. Shu bilan birga, zamonaviy texnika mantiqi, uning imperativ xususiyatga ega bo'lgan talablari ham yo'l-yo'riq, ham faoliyat vositasi sifatida qaralishi kerak. "Apparatning kuchi", texnikadan foydalanish samaradorligini oshirish davlatni va umuman, butun siyosatni barcha ijtimoiy munosabatlarni oqilona va shubhasiz tartibga solish vositasiga aylantiradi. Keyinchalik, ushbu qarashlarning rivojlanishida va "axborot jamiyati"ning paydo bo'lishini asoslash uchun bir qator olimlar (D.Michn, R.Jonson) siyosiy kommunikatsiyalarning giperratsionalistik talqinlarini taklif qildilar<sup>28</sup>, bunda kompyuter texnologiyalariga hal qiluvchi o'rin berildi.

Siyosiy tizimlar rivojlanishining zamonaviy tajribasi haqiqatan ham, birinchi navbatda, sanoati rivojlangan mamlakatlarda siyosiy hayotni tashkil etishda texnik va axborot vositalarining rolini oshirishning ma'lum tendentsiyalarini ko'rsatdi. Bu, ayniqsa, ovoz berish uchun qo'shimcha texnik imkoniyatlarning (xususan, elektron interaktiv aloqa tizimlari) paydo bo'lishi, ommaviy axborot vositalarining siyosiy jarayondagi roli va ahamiyatini oshirish, davlat boshqaruvidagi ko'plab sobiq iyerarxik aloqalarni yo'q qilish, avtonomiyani mustahkamlashga taalluqlidir. Biroq bular faqat hokimiyat institutlari va sub'ektlari tomonidan manyovr qilish imkoniyatlarini kengaytiradigan shartlardir, chunki ular guruhlarning, siyosiy manfaatlarining yetakchi rolini, ular o'rtasidagi ziddiyat va qarama-qarshiliklarni bartaraf etmaydi.

Siyosat uchun ommaviy axborot-kommunikatsiyasi jarayoni muhim ahamiyatga ega. Axborot munosabatlarini tashkil etishning bunday darajasida, birinchi navbatda, jamoatchilik fikri bilan o'zaro munosabatda bo'lish uchun maxsus tayyorgarlik talab etiladi. Qoida tariqasida, bu

<sup>25</sup> Электрон ресурс: <https://studbooks.net/politologiya/>.

<sup>26</sup> Wolfgang Lipp, Schelsky, Helmut, in: Wilhelm Bernsdorf / Horst Knospe, Internation. Vol. 2, Enke, Stuttgart. 1984. – P. 747.

<sup>27</sup> Хубецова З. Ф. Политическая коммуникация Теория, образование, опыт В 2 частях Часть 1. Исследование и преподавание политической коммуникации Учебное пособие. – М.: Санкт – Петербург, 2017. – С. 142.

<sup>28</sup> Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс. 2001. – С. 74.

komponentlarga quyidagilar kiradi: davlatning rasmiy institutlari (ularning rahbarlari, shuningdek, jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha axborot bo'limlari vakili); davlat (milliy) ommaviy axborot vositalari; korporativ tuzilmalar (partiyalar organlari, jamoat birlashmalari, professional siyosiy reklama agentliklari va boshqalar); xorijiy ommaviy axborot vositalari.

Ularning o'zaro ta'siri asosan axborot bozorini tashkil qiladi, bunda ularning har biri hokimiyat sohasida o'z manfaatlariga erishishga bo'ysunadigan o'z siyosiy strategiyalarini amalga oshiradi. Siyosiy agentlar tomonidan o'z kontragentlari bilan ma'lumot olish va aloqa o'rnatish uchun qo'llaniladigan bu xilma-xil texnika va usullarning barchasi asosan axborot makonida ikki turdagi harakatlarni ifodalashi mumkin: safarbarlik, shu jumladan tashviqot va jamoatchilik bilan aloqalar usullari bilan ifodalanadigan marketing, shuningdek, siyosiy reklama va PR.

Axborot orqali ta'sir qilishning ushbu usullari axborot makonida sub'ektlarning xatti-harakatlarini turli rakursda tavsiflaydi. Shu jihatdan targ'ibot va tashviqot odamlar ustidan axborot nazorati va ularning siyosiy harakatlariga qat'iy ijtimoiy yo'nalish berish usullaridir. Belgiyalik olim G.Toveronning fikricha, tashviqot odamlarga tanlash imkoniyatini taklif qilmaydi, ularning fikri, e'tiqodi va xatti-harakatlarida muayyan o'zgarishlar yasaydi. Gebbelsning fikricha, tashviqot ta'siri "ijtimoiy nazorat" vositasi bo'lib, bu odamlarni ishontirishni emas, balki tarafdorlarni jalb etish va ularning harakatlarining bo'ysunishini qat'iy ta'minlashni anglatadi. Bunday axborot o'zaro ta'sirining sxemasi shunday: "kommunikator jo'natadi – qabul qiluvchi qabul qiladi". Jamiyatni xabardor qilishning bunday usullaridan bir tomonlama foydalanishning klassik misollarini shaxsiylashtirish va ongni manipulyatsiya qilish yo'lini nazarda tutadi.

Asosan, hokimiyatga oid maqsadlarini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashni kengaytirishdan manfaatdor bo'lgan biron bir davlat, biror siyosiy sub'ekt jamoatchilik fikriga ta'sir qilishning tashviqot usullaridan foydalanmasdan qila olmaydi. Biroq axborot bozorida xatti-harakatlarning ushbu shakllaridan foydalanish doimo axborot va aloqa jarayonlarini sifat jihatidan o'zgartirish xavfini keltirib chiqaradi. Fuqarolarning ongi va xulq-atvorini tizimli nazorat qilish istagi ommaviy ongni doimiy ravishda manipulyatsiya qilish, noxolis nayranglar va aholini to'g'ridan-to'g'ri aldash bilan uzviy bog'liq bo'lib, bu muqarrar ravishda axborotni dezinformatsiya bilan almashtirishga olib keladi.

Hokimiyat va jamoatchilik o'rtasidagi aloqalarni yo'lga qo'yishda ham xuddi shunday sifat o'zgarishlari yuz bermoqda. Targ'ibot va tashviqot ko'pincha inson ongi uchun erkin raqobat chegaralarini kesib o'tadi, uning mafkuraviy zabt etish usullarini unga oldindan dasturlashtirilgan baholar va munosabatlarni majburan singdirish, uni ongsiz ravishda idrok etish va o'zlashtirish uchun mo'ljallangan psixologik bosim usullari bilan almashtiriladi.

Inson ongini zabt etishning bunday usullaridan farqli o'laroq, marketing strategiyalari axborotga bo'lgan talab va taklif munosabatlariga muvofiq shakllantiriladi va sub'ekt uchun zarur bo'lgan ma'lumotni o'z vaqtida va kerakli joyda uning ixtiyorida bo'lishini ta'minlashga qaratiladi. Ushbu muloqot marketing strategiyalari aqlni boshqarishga emas, balki ishontirishga qaratilgan, ular muayyan g'oyalar va xatti-harakatlar shakllarini to'g'ridan-to'g'ri belgilash o'rniga o'ziga soladi. Axborotning ishonchliligi va hamkorlarga hurmat tobora iliq, samimiy munosabatlarni qo'llab-quvvatlash va kommunikatsiyaning ajralmas shartiga aylanib borayotgan ushbu strategiyalar, birinchi navbatda, fikr-mulohazalarga, muloqotga, halol va o'zaro hurmatga asoslangan siyosiy ishtirokchilarni xabardor qilishga qaratilgan.

“Bugungi kunda dunyoning ko'plab mamlakatlari axborotlashgan jamiyatda yoki unga o'tish davrida yashamoqda. Mamlakatimizda axborotlashgan jamiyatga to'liq o'tish hamda institutsionallashuv jarayoni va uning tarkibiy tuzilmalari ma'lum darajada past samarada ishlayotganligi namoyon bo'ladiki, bu o'z navbatida innovatsion rivojlanishga to'siq bo'lib qolyapti. Institutsionallashuv jarayonlaridagi islohotlar va o'zgarishlarning murakkab kechayotganligi islohotlardagi manfaatlar uyg'unligining hozircha to'la-tekis ta'minlanmaganligi hamda zamon talablariga javob tarzida ularning amalga tatbiq etilmaganligidan kelib chiqmoqda”<sup>29</sup>, deyiladi. Axborot bozoridagi xatti-harakatlarning bunday yo'nalishi insonning axborotga bo'lgan ehtiyojlarini va uning maxfiy ma'lumotlarini oldindan tushunish bilan uzviy bog'liq bo'lib, u pirovardida uning siyosiy xulq-atvori yo'nalishini ongli ravishda tanlashga qaratilgan. Bunday usullar, asosan, demokratik an'analari yaxshi rivojlangan mamlakatlarda yoki masalan, muxolifat kuchlari hokimiyatga endigina kelgan, dastlab aholining ijtimoiy xulq-atvorining ma'naviy rag'batlariga ko'proq tayanishga va ochiqroq siyosat olib borishga majbur bo'lgan mamlakatlarda qo'llanilgan.

Siyosiy aloqa vositalari, an'anaviy ravishda ijtimoiy-siyosiy tizimlar doirasida faoliyat yurituvchi ma'lum tashkilot va muassasalar tushuniladi, ular orqali axborot almashish jarayoni amalga oshiriladi. Ayrim tadqiqotchilar axborot almashishga hissa qo'shadigan kommunikativ harakatlar yoki vaziyatlar, guruhlar yoki shaxslar (to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita, vositachilik yoki zudlik bilan yoxud vaqt bo'yicha kengaytirilgan) vositalarni ham nazarda tutadilar.

Siyosiy aloqa vositalari orasida axborot uzatishning norasmiy vositalari alohida o'rin tutadi. So'nggi paytlarda ko'plab tadqiqotchilar rasmiy ma'lumot manbalariga ishonchning pasayishini qayd etdilar, bu esa shaxslararo muloqot darajasida paydo bo'ladigan xabarlarining ahamiyatini oshirishga olib keldi.

<sup>29</sup> Ясин Е.Т. Модернизация и общество // Вопросы Экономики. – 2007. – № 35. – С. 8.

Rossiyalik olim Yuriy Irxinn aytganidek “Siyosiy aloqa - bu hokimiyat uchun kurash yoki uni amalga oshirish jarayonida axborot almashish orqali sub'ektlarning o'zaro ta'sirining semantik jihati. Bu axborotni maqsadli uzatish va tanlab olish bilan bog'liq bo'lib, ularsiz siyosiy jarayonning harakatlanishi mumkin emas”<sup>30</sup>, deyiladi.

Siyosiy kommunikatsiya – bu kelishuvga erishish uchun shaxslar va jamiyatning siyosiy kuchlari o'rtasidagi, siyosiy muloqotning uzluksiz almashinuvi bo'lib, tadqiqot natijalariga ko'ra, siyosiy kommunikatsiya – siyosiy ma'lumotlarni uzatishning doimiy jarayonisifatida, siyosiy tizimning turli elementlari, shuningdek, siyosiy va ijtimoiy tizimlar o'rtasida aylanadigan axborot ko'rinishlari, usullari va shakllari hisoblanadi. Siyosiy kommunikatsiya jamiyatdagi siyosatga mutlaqo boshqacha ta'sir ko'rsatadigan, siyosiy sub'ektlarning rasmiy va norasmiy o'zaro ta'siri jarayonida amalga oshiriladigan axborot almashinuvi jarayoni, deb ta'riflasak maqsadga muvofiq bo'ladi.

Jamiyat hayotida uning ichida shakllanayotgan siyosiy kommunikatsiya unda mavjud siyosiy munosabatlar va kechayotgan siyosiy jarayonlarni tartibga solishga qaratiladi. Bu faoliyat siyosiy xarakterga ega bo'lgan sinflar, boshqa ijtimoiy guruhlar, milliy jamoalarning siyosiy manfaatlarini amalga oshirishga qaratilgan institutlar va tashkilotlarga tegishlidir. Kommunikatsiyaning siyosiy jarayondagi ahamiyati ijtimoiy, mafkuraviy, axloqiy, diniy va hokazo munosabatlarning umumiyliigi ta'sirida rivojlanib, o'z navbatida, ularga juda muhim ta'sir ko'rsatadi.

Siyosiy aloqaning norasmiy vositalariga mish-mishlar, g'iybatlar, latifalar va graffiti<sup>31</sup>lar kiradi. Bu manbalar, eng avvalo, siyosiy yetakchilar va siyosiy institutlar faoliyatiga salbiy bahoning shakllanishiga ta'sir qiladi.

Mashhur amerikalik siyosatshunos M. Edelman “butun siyosiy hayot til yordamida yaratilgan o'ziga xos konstruksiyadir”<sup>32</sup>, deb hisoblaydi. Unda har bir muhim siyosiy fakt, har bir siyosiy voqea tavsifi yoki siyosiy arbobga munosabat aniq manbalarga asoslangan, siyosiy faoliyat ishtirokchilari va kuzatuvchilarining g'oyaviy-psixologik xususiyatlariga qarab taxlillarini o'z ichiga oladi. Ya'ni siyosiy fakt turli odamlar tomonidan turlicha idrok etilishi mumkin, ammo bu siyosiy sohada kommunikatsiyaning amaliy modellari uchun asos bo'la olmaydi.

Siyosiy kommunikatsiya turli yo'llar bilan, xususan, muayyan odamlar va jamoalarga siyosiy xabarlar yuborish orqali amalga oshiriladi. Xabarlar ularga nisbatan jamoatchilikning

<sup>30</sup> Ирхин, Ю. В. Политология: учебник / Ю. В. Ирхин, В. Д. Зотов, Л. В. Зотова. – М.: Юрист. 2002. – С. 511.

<sup>31</sup> Graffiti – san'at yoki vandalizm? Torma'noda graffiti ko'cha san'atining muhim qismiga aylangan submadaniy hodisadir. Bu o'z ismingizni yoki jamoangiz nomini iloji boricha ko'proq joyga yozishga asoslangan. "Bo'lak" (ish) deb ataladigan joy qanchalik xavfli bo'lsa, uning aylanishi shunchalik katta bo'ladi.

//Google.com/search?q=graffiti+vikipediya&oq=graffiti+vikipediya&gs\_

<sup>32</sup> Эдельман М. Категоризация, восприятие и политика. Ч.1 // Политическая лингвистика. 2016. № 58. – С. 244.

qiziqishini uyg'otadigan faktlar bayoni yoki voqea-hodisalar mazmunini tushuntirish sifatida ko'rinishi mumkin. Siyosiy aloqa asosan vertikal pastga qarab aloqa sifatida amalga oshiriladi. Xabarlarining tashabbuskori (kommunikator), qoida tariqasida, rahbar yoki siyosiy tashkilotdir. Aloqa sub'ekti axborotni shakllantirish va tarqatish mexanizmiga ega.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Баранов Н.А. Популизм как политическая деятельность. – СПб.: Изд – во СЗАГС, 2002. – С. 230.
2. Лассуэлл Г.Д. Структура и функции коммуникации в обществе // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: 2002. – С. 131.
3. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс. 2006. – С. 559.
4. Вебер А. Избранные произведения. – М.: 1990. – С. 646.
5. Шварценберг П.Ж. Политическая социология. – М.: 1992. – С. 174.
6. Lenart S. Shaping political attitudes. The impact of interpersonal communication and mass media. – Oxford: Thousand Oaks et al. 1994. – P. 151.
7. Дойч А.А. Основы политической теории. – М.: Высшая школа. 1998. – С.142.
8. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: 1980. – С. 197..
9. Хабермас Ю. Философский спор вокруг идеи демократии // Демократия. Разум. Нравственность. – М.: 1995. – С.211
10. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург. 2004. – С. 112.
11. Swanson D. The Political – Media Complex at 50: Putting the 1996 Presidential Campaign in Context // American Behavioural Scientist. 1997. N 40 (8). – P. 126.
12. Deibert R.J. Parchment, Printing, and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N.Y.: 1997. – С. 122.
13. Грачев М.Н. Политическая коммуникация // Вестн.Российск. ун–та дружбы народов. Сер.: Политология. 1999. № 1.
14. Bernard Cohen. The Triumph of Numbers: How Counting Shaped Modern Life. Norton. 2005. – P. 224. – P. 190.
15. Zeller J.S. Pie IX et Victor Emmanuel. 1979. – P. 294.
16. Arendt H. What is Freedom? // Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought. – N.Y.: 1993. – P. 149.
17. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс. 2001. – С. 174.
18. Ясин Е.Т. Модернизация и общество // Вопросы Экономики. – 2007. – № 35. – С. 180.
19. Ирхин, Ю. В. Политология: учебник / Ю. В. Ирхин, В. Д. Зотов, Л. В. Зотова. – М.: Юрист. 2002. – С. 511.
20. Эдельман М. Категоризация, восприятие и политика. Ч.1 // Политическая лингвистика. 2016. № 58. – С. 244.