ВЛАСТЬ
И ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

ТРАНСФОРМАЦИЯ СПЕЦИФИКИ ПОЛИТИЧЕСКОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В «НОВЫХ МЕДИА»

Куньщиков С. В.

кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Россия), 620000, Россия, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, Sergey.Kunshchikov@urfu.ru

Строганов В. Б.

аспирант кафедры политических наук, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Россия), 620000, Россия, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, tarangarret@mail.ru

УДК 32.019.51:004
ББК 66.06с51

В статье представлен новый подход к анализу феномена политической манипуляции. Авторы отмечают, что тема политического манипулирования, в целом, является достаточно проработанной в отечественной и зарубежной научной литературе. Однако в подавляющем большинстве исследований, посвященных политическому манипулированию, данный феномен рассматривается в устаревшем контексте: как правило, изучается специфика манипулирования конкретной личностью посредством традиционных СМИ. В связи с этим авторы считают актуальным исследовать особенности политического манипулирования в соответствии с вызовами современности, а именно – активным использованием в обществе «новых медиа».

Политическое манипулирование рассматривается в статье как разновидность современной интернет-коммуникации. Осуществляется сопоставление особенностей политического манипулирования в «новых медиа» с феноменом «ризомы», описанным французскими философами постмодернистами Жилем Делёзом и Феликсом Гваттари. По мнению авторов, ключевым свойством современной интернет-коммуникации, и следовательно, политической манипуляции, является ризоморфизация. Данное понятие авторы определяют как процесс преобразования линейной формы коммуникации в сетевую, хаотичную систему равных между собой акторов. На основании данного понятия авторы выводят новый тип политической манипуляции – ризоморфный.

Характерной чертой данного типа политического манипулирования является вирусный характер распространения. Основная форма вируса – политический мем.

Отдельно подчеркивается изменение роли субъекта и объекта в процессе трансформации политической манипуляции из линейной в ризоморфную. Представлена модель ризоморфной политической манипуляции, в которой любой интернет-пользователь может выступать в роли объекта политической манипуляции (потребителя политического контента) и субъекта политической манипуляции (производителя и распространителя политического контента) одновременно.

Ключевые слова: ризома, политическая манипуляция, «новые медиа» мемы; ризоморфная политическая манипуляция.

© Куньщиков С. В., Строганов В. Б., 2018

Куньщиков С. В., Строганов В. Б.

TRANSFORMATION OF THE SPECIFICS OF POLITICAL MANIPULATION IN "NEW MEDIA"

Kunshchikov S. V.

candidate of Political, Associate Professor of Political Science, Ural Federal University named after the first President of Russia Boris Yeltsin (Russia), 6200000, Russia, Yekaterinburg, Lenina av., 51, muhametov.ru@mail.ru

Stroganov V. B.

post-graduate, Ural Federal University named after the first President of Russia Boris Yeltsin (Russia), 6200000, Russia, Yekaterinburg, Lenina av., 51, tarangarret@mail.ru

The article presents a new approach to the analysis of the phenomenon of political manipulation. The authors note that the topic of political manipulation, in general, is sufficiently developed in the domestic and foreign scientific literature. However, in the overwhelming majority of studies on political manipulation, this phenomenon is considered in an obsolete context: as a rule, the specifics of manipulating a particular person through traditional media are studied. In this regard, the authors consider it relevant to explore the features of political manipulation in accordance with the challenges of our time, namely, the active use of "new media" in society.

Political manipulation is considered in the article as a type of modern Internet communication. A comparison is made of the peculiarities of political manipulation in the "new media" with the phenomenon of "rhizome" described by French philosophers postmodernists Gilles Deleuze and Felix Guattari. According to the authors, the key feature of modern Internet communication, and therefore political manipulation, is rhizomorphization. The authors define this concept as the process of transforming a linear form of communication into a network, chaotic system of equal actors. Based on this concept, the authors derive a new type of political manipulation – rhizomorphic.

A characteristic feature of this type of political manipulation is the viral nature of the spread. The main form of the virus is the political meme.

Separately emphasizes the changing role of the subject and object in the process of transforming political manipulation from linear to rhizomorphic. A model of rhizomorphic political manipulation is presented, in which any Internet user can act as an object of political manipulation (a consumer of political content) and a subject of political manipulation (producer and distributor of political content) at the same time.

Key words: rhizome, political manipulation, "new media" memes; rhizomorphic political manipulation.

Понятие политической манипуляции в современной науке достаточно изученный и устоявшийся феномен. Ему посвящены множество научных и публицистических работ. Проведенный нами аналитический обзор данной литературы позволил выделить три основные группы подходов к данному феномену.

Первый подход – деструктивный. Он представлен работами таких авторов как Сергей Кара-Мурза, Евгений Доценко, Герберт Шиллер, Тен Ван Дейк и др. Их работы посвящены изучению специфики и технологий политического манипулирования через СМИ. Именно под влиянием их работ было сформировано общее понимание феномена политической манипуляции как деструктивного явления. Исходя из их работ, можно выделить ключевые особенности политической манипуляции:

1. Политическая манипуляция носит скрытый характер [1, с. 32];
2. Наличие субъекта заинтересованного в манипулировании [2, с. 59].
3. Наличие широкого арсенала методов и технологий политического манипулирования [3, С. 99].
4. Политическая манипуляция – это деструктивное явление, которое ведет к нарушению социальных норм [4, С. 360];
5. Политическая манипуляция, в силу своего скрытого характера, наносит ущерб объекту воздействия [1, С. 32].

Второй подход – конструктивный. В гуманитарной науке он встречается не так часто. Одним из ярких его представителей является Новозеландский доктор философии Александр Зиволевич. Он является автором теории позитивной манипуляции суть, которой заключается в скрытой мотивации сотрудников в различных производственных организациях [5]. Целью такой манипуляции выступает повышение функциональности и производительности сотрудника организации.

Третий подход – нейтральный. В его рамках манипуляция рассматривается как социально-коммуни-

кационный акт, влияние на решения, мнения и социальное поведение общества. С этой точки зрения, манипуляция может выступать стимулом к коммуникации между социальными акторами [6, p. 12]. Один из наиболее ярких сторонников данной концепции – Эрик Бэк, автор книги «Logic of Manipulation» [6]. Особенностью данного подхода выступает отсутствие этической оценки феномена манипуляции.

Важно отметить, все три подхода рассматривают феномен манипулирования как векторный процесс, которые осуществляется либо напрямую, либо через СМИ. Под векторным процессом мы понимаем:

Во-первых, векторная политическая манипуляция характеризуется прямой коммуникацией между субъектом и объектом воздействия.

Во-вторых, субъект скрыт от объекта, но «векторное» направление позволяет, хоть и с небольшой долей вероятности, вычислить субъекта политической манипуляции (например разоблачения Wikiliaks, документальные фильмы-разоблачения «Фаренгейт 9/11», расследования СМИ и др.).

В-третьих, наличие обратной связи, которая представлена реакцией объекта на политическую манипуляцию (конкретные действия или бездействие).

В результате, в современной гуманитарной науке мнения о феномене политического манипулирования сложились под влиянием тех особенностей, которые выделили вышеперечисленные авторы. Однако, на наш взгляд, в связи с развитием такого понятия как «медиа», нам требуется новый подход, который будет являться ответом на вызовы и особенности такого феномена как «новые медиа». Следовательно, цель данной статьи состоит в том, чтобы показать новые формы политического манипулирования сложившиеся в результате развития «новых медиа».

В наиболее общем виде «медиа» можно определить как совокупность информационных приемов и инструментов, служащих для передачи конкретному потребителю сообщения в той или иной форме (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача и т.п.) [7, с. 223]. Феномен медиа может быть рассмотрен как инструмент коммуникации, а также как системная платформа. В число медиаформатов включают [7, с. 223]:

- интернет-СМИ;
- интернет-ТВ (вебкастинг);
- интернет-радио (подкастинг);
- мобильное ТВ;
- интернет-блоги;
- кино, рассчитанное на интернет-аудиторию;
- социальные сети (Вконтакте, Facebook, twitter);
- мессенджеры (Viber, What's app, Telegram)
- виртуальные сообщества;
- виртуальные игры.

Важно отметить, что современные исследователи разделяют медиа на две большие группы: «старые медиа» и «новые медиа» [8, с. 116]. Модель работы «старых медиа» сводится к следующим основным характеристикам [8, с. 116]:

- жесткий график (предоставление информации потребителю в строго обозначенное время);
- вертикальная иерархия внутри медиа-организаций;
- коммерческая основа профессиональной деятельности;
- прямое регулирование процесса создания и распространения информации организаторами, редакторами и спонсорами медиа-компании;
- тенденция к саморегуляции и самоцензуре;
- векторная передача информации.

Именно на основе работы старых медиа были созданы основные концепции политической манипуляции, где ключевой особенностью является векторное направление от четко выраженного, хотя и скрытого, субъекта до четко определенного объекта воздействия.

В случае политического манипулирования через «новые медиа» линейный субъект–объектный характер трансформируется, что обусловлено характерными свойствами «новых медиа». Данными характеристиками «новых медиа» выступают:

Интегративность – совокупное использование характеристик «старых медиа»;

- Интерактивность – формирование специфических форм социальности, а также социальной интеграции [9, с. 79];
- Партиципаторность, при которой процесс коммуникации в медиа осуществляется при равноправном участии пользователей медиа, в т.ч социальных сетях [10, с. 109].

Решающее влияние на трансформацию политической манипуляции посредством «новых медиа» оказывает интерактивность. Вследствие данного свойства «новых медиа» пользователь имеет возможность генерировать персональный метод потребления информации и отбирать информацию исходя из своих индивидуальных предпочтений. К тому же, «новые медиа» обеспечивают эффективный диалог как по горизонтали – между пользователями, так и по вертикали – между пользователями и медиа-средством [11, с. 179]. В результате изменения форм передачи и потребления информации в «новых медиа» линейная политическая манипуляция трансформируется в «*ризоморфную*».

Под «*ризомой*» принято понимать разветвлённую корневую систему с множеством «узлов», которая отменяет жесткую иерархию отдельных элементов [12, с. 357]. Ризома предлагает принципиально нелинейный способ организации целостности [13]. Слово «ризо-

морфный» автор использует в том смысле, который вкладывали в понятие ризомы *Жиль Делёз* и *Феликс Гваттари*: «Ризома сама по себе имеет очень разнообразные формы, начиная со своей внешней протяженности, разветвленной во все стороны, до конкретизаций в луковицы и клубни» [14]. Современный человек находится в условиях постоянного циркулирования вокруг него различного рода информации. При этом в условиях взаимодействия с «новыми медиа» человек является не просто получателем информации, как это происходило в процессе соприкосновения человеческой жизни со «старыми медиа». Он также играет роль распространителя информации, а часто – сотворца наравне с официальными медиа-структурами. Этому способствует одно из ключевых свойств ризомы – множественность.

Ж. Делёз и Ф. Гваттари отмечали: «У множественности нет ни субъекта, ни объекта, есть только определения, величины, измерения. Нити марионетки так же, как ризомы или множественности отсылают не к предполагаемой воле артиста–кукловода, но к множественности нервных окончаний, которые образуют в свою очередь другую марионетку, следуя другим измерениям, связанным с первыми» [14]. Иными словами, можно говорить о том, что пользователь интернета выступает в роли «манипулируемого манипулятора».

Именно в процессе расширения количества получателей информации в интернете проявляется ризоморфный характер политической манипуляции, при которой субъект и объект размыты или слиты воедино.

Данный факт мы можем интерпретировать по-разному. С одной стороны, возможности субъектов политического манипулирования за счет ключевых свойств «новых медиа» расширяются настолько, что вычислить и идентифицировать истинного манипулятора становится практически невозможно. С другой стороны, в равной степени справедливо говорить о том, что манипуляция, за отсутствием четко выраженного субъекта и его корыстных целей в отношении объекта, приобретает нейтральный характер в качестве феномена, существующего как данность и свободного от этической оценки.

Однако, важно отметить проблему в определении универсальной причины трансформации объекта манипуляции в сотворца и распространителя. Мы предполагаем, что в качестве причин могут выступать:

- формирование идентичности;
- чувство сопричастности, собственной значимости;
- следование модным трендам (показать, что я в теме);
- желание привлечь внимание;
- стремление поддержать коммуникацию с единомышленниками.

В результате, практически каждый пользователь может выступать в роли сотворца и распространителя любого политического контента. Из этого следует, что нарушается линейный способ коммуникации от субъекта к объекту. В таком случае отсутствует четкая иерархия пользователей и прямая передача информации. В конечном итоге, векторная передача информации, а за ней и линейная политическая манипуляция сменяется горизонтальной, или *ризоморфной*. Исходя из это, мы считаем необходимым выделить новое понятие – «*ризоморфизация*».

Под понятием «*ризоморфизация*» мы понимаем процесс преобразования линейной формы коммуникации в сетевую, хаотичную систему коммуникации равных друг другу акторов.

Основными особенностями *ризоморфизации* мы выделяем:

1) Протяженность и разветвленность линий коммуникации, в которой задействованы акторы – производители и потребители медиа-продукта.

2) В данном типе коммуникаций отсутствует строгая иерархия между ее акторами. Это обусловлено созданием сетевых групп, которые объединяются на основе взаимодоверия и общей проблемы для проведения более эффективной и результативной деятельности [15, с. 1379].

3) В данной системе задействовано огромное количество акторов, которые регулярно создают новые и закрывают старые каналы передачи информации.

4) Передача информации в рамках *ризомы* носит «вирусный», хаотичный характер, который не поддается контролю со стороны [16, с. 458].

В результате, под воздействием «ризоморфизации» процесс политического манипулирования приобретает иные черты, отличные от векторной манипуляции.

Таким образом, мы считаем необходимым сформулировать определение ризоморфной политической манипуляции, которое отвечало бы вызовам современной медиа-системы. На наш взгляд, *ризоморфная политическая манипуляция* – это неосознаваемый личностью коммуникационный акт скрытого влияния на политические убеждения и установки, путем потребления, создания и распространения политического контента в медиа-системе.

Под данным определением мы понимаем:

Во-первых, стремление личности быть сопричастным к актуальным событиям, привлечь к себе внимание, поделиться своим отношением к этим событиям путем распространения или создания политических мемов. При этом личность осуществляет неосознаваемый акт политической манипуляции, распространяя определённые взгляды, идеи и установки в наиболее простой и удобной форме. На наш взгляд такой

формой являются политические мемы. Личность становится распространителем вируса-мема, не всегда стремясь целенаправленно повлиять на мнения других пользователей сети. К тому же, потребляя и распространяя различные политические мемы, которые имеют эмоциональный отклик в сознании пользователя, личность сама подвергается манипулятивному воздействию. В результате, личность в подобной медиа-среде превращается в «манипулируемого манипулятора».

Во-вторых, важную роль в ризоморфной политической манипуляции мы отводим политическим интернет-мемам. Интернет-мемы – это определенные изображения или идиомы, имеющие фиксированный смысл и изменяющуюся, «мутирующую» форму [7, с. 218]. Политические мемы отражают различные новости, события, персоналии по мотивам текущих социально-политических реалии, причем делают это в наиболее простой и доступной форме. Мемы создаются и распространяются по интернету самими пользователями и многими учеными они рассматриваются как специфическая форма интернет-коммуникации – «мемовая».

Современные политические мемы могут быть представлены: визуальной формой (картинки, макросы, «эдвайсы», комиксы, «фотожабы»); аудиальной формой (песни, слоганы, девизы); текстовой формой (неологизмы, стихотворения, слоганы); смешанной формой (видеоролики);

В-третьих, ключевой сферой производства и распространения политических интернет-мемов являются социальные сети. Доминирующую роль в России играет социальная сеть «Вконтакте» [18]. Она является основным местом распространения политических интернет-мемов в силу охвата аудитории. На 3 августа 2018 г. число зарегестрированных пользователей составляет 0,5 млрд чел. [19]. Однако ежемесячно посещают сайт около 100 млн чел. [20], что говорит нам об огромном количестве существующих «ботов» и «фейков», которых, к тому же, можно использовать для распространения политических интернет мемов.

В-четвертых, еще одной важной чертой ризоморфной манипуляции выступает универсальность применения для любой медиа-среды: социальных сетей, мессенджеров, блогов, форумов и др. Обусловлено это схожестью технологий производства и распространения контента, а также моделью равной, многосторонней коммуникации.

В заключении важно отметить, что теория ризоморфной политической манипуляции является попыткой пересмотреть устоявшееся понятие политического манипулирования с оглядкой на современные медиаструктуры.

Литература:

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2012. С. 32.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо. МГУ, 1997. С. 59.
3. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием /под ред. Я. Н. Засурского. М.: Мысль, 1980. С. 99.
4. Van Dijk T. Discourse and manipulation // Discourse & Society. 2006. Т. 17(2). С. 360.
5. Zivaljevic A. Positive Manipulation Theory A Base for Continuous Motivation. // Positive Manipulation. Theory a base for continuous motivation. [электронный ресурс]. URL: http://www.mixprize.org/sites/default/files/media/posts/documents/Positive%20%20Manipulation%20Theory.pdf (дата обращения 28.10.2017).
6. Beck E. The Logic of Manipulation: 33 Techniques of Romanian Political Manipulation. Bucuresti, 2010. P. 12.
7. Рогалева О. С. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. №1. С. 223.
8. Пашигорова Л. Old media vs new media в политической коммуникации // Бизнес. Общество. Власть. 2010. №4. С. 116.
9. Богдановская И. М. Медиа-коммуникация // Вестник Герценовского университета. 2011. №8. С. 79.
10. Шестеркина Л. П. Основные характеристики новых социальных медиа // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. 2014. №2. С. 109.
11. Кунеева Л. И. Новые Медиа как реализация информационно-коммуникационных технологий в сети интернет // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. №3. С. 179.
12. Современная западная философия: Словарь. М.: ТОН Остожье, 1998. С. 357.
13. Академик. Новейший философский словарь. [электронный ресурс]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/1020/ризома (дата обращения 05.03.2018).
14. Делёз Жиль, Гваттари Феликс. Тысяча плато: глава первая // Альманах «Восток». [электронный ресурс]. URL: http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (дата обращения 05.03.2018).
15. Строганов В. Б. Мобилизация политической активности подростков: манипуляция сознанием или проявлением гражданственности // Материалы XX Международной конференции памяти проф. Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования». 2017. С. 1379.
16. Фурсов А. И. Борьба вопросов. Идеология и психоистория: русское и мировое измерения. М.: Книжный мир, 2017. С. 458.

17. Зиновьева Н. А. Роль интернет-мемов в воспроизводстве интернет-культуры // Электронный научный архив УрФУ. [электронный ресурс]. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32403/1/klo_2015_25.pdf (дата обращения 10.08.2017)
18. 360TV. Названы самые популярные социальные сети в России. [электронный ресурс]. URL: https://360tv.ru/news/obschestvo/socialnie-seti/ (дата обращения 03.08.2018)
19. Аудитория Вконтакте. [электронный ресурс]. URL: https://vk.com/page-47200925_44240810 (дата обращения 04.08.2018)
20. Каталог пользователей Вконтакте. [электронный ресурс]. URL: https://vk.com/catalog.php (дата обращения 04.08.2018)

References:

1. Kara-Murza S. G. Manipulation of consciousness. M.: Eksmo, 2012. P. 32.
2. Dotsenko E. L. Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection. M.: Chero. MSU, 1997. P. 59.
3. Schiller G. Manipulators of consciousness / ed. Ya. N. Zasursky. M .: Thought, 1980. P. 99.
4. Van Dijk T. Disourse and manipulation // Disourse & Society. 2006. V. 17 (2). P. 360.
5. Zivaljevi A. Positive Manipulation Aory for Continuous Motivation. // Positive Manipulation. Theory a base for continuous motivation. [e-resource]. URL: http://www.mixprize.org/sites/default/files/media/posts/documents/Positive%20%20Manipulation%20Theory.pdf (date of reference 28.10.2017).
6. Beck E. The Logic of Manipulation: 33 Techniques of Romanian Political Manipulation / Bucuresti, 2010. P. 12.
7. Rogaleva O. S. New Media: Evolution of the Concept (Analytical Review) // Omsk University Bulletin. 2015. № 1. P. 223.
8. Pashigorov L. Old media vs new media in political communication // Business. Society. Power. 2010. № 4. P. 116.
9. Bogdanovskaya I. M. Media communication // Bulletin of Herzen University. 2011. № 8. P. 79.
10. Shesterkin L. P. The main characteristics of new social media // Uchenye zapiski of Zabaykalsky State University. Series: Philology, history, oriental studies. 2014. № 2. P. 109.
11. Kuneeva L. I. New Media as the implementation of information and communication technologies on the Internet // Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University. 2013. № 3. P. 179.
12. Modern Western philosophy: Dictionary. M.: TON Ostozhe, 1998. P. 357.
13. Academician. The newest philosophical dictionary. [e-resource]. URL: https: //dis.academic.ru/di.nsf/dic_new_philosophy/1020/ryzom (date of reference 05.03.2018).
14. Deleuze Gilles, Guattari Felix. Thousand Plateau: Chapter One // Almanac "Vostok". [e-resource]. URL: http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (date of reference 05.03.2018).
15. Stroganov V. B. Mobilization of political activity of adolescents: the manipulation of consciousness or civility // Proceedings of the XX International Conference of the Memory of prof. L. N. Kogan "Culture, personality, society in the modern world: methodology, experience of empirical research." 2017. P. 1379.
16. Fursov A. I. Fighting issues. Ideology and psychohistory: Russian and world dimensions. M.: Book World, 2017. P. 458.
17. Zinovyeva N. A. The role of Internet memes in the reproduction of Internet culture // Electronic Scientific Archive of UrFU. [e-resource]. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32403/1/klo_2015_25.pdf (date of reference 10.08.2017)
18. 360TV. Named the most popular social networks in Russia. [e-resource]. URL: https://360tv.ru/news/obssshestvo/sossialnie-seti/ (date of reference 03.08.2018)
19. Audience Vkontakte. [e-resource]. URL: https://vk.com/page-47200925_44240810 (date of reference 04.08.2018)
20. Directory of users Vkontakte. [e-resource]. URL: https: // vk.com/catalog.php (date of reference 04.08.2018)21.