

имманентно присущие журналистике оценочность и интерпретацию фактов все чаще стали подменять их выдумка, подтасовка.

Исследователи сходятся во мнении, что постправда приобрела небывалый размах вследствие специфики современного медиапроизводства, трансформации медиaprостранства [1; 2; 3].

По мнению С. Фуллера, постправда была уже в Древней Греции, но обозначающий ее термин появился в научном обороте относительно недавно, в конце прошлого века [4]. Что, на наш взгляд, свидетельствует о качественно новом уровне, на который вышло явление, и об осознании его опасности для социума.

В 2016 году постправда стала словом года по версии Оксфордского словаря, который дал ему следующее определение: «Постправда – обстоятельства, при которых объективные факты являются менее значимыми при формировании общественного мнения, чем обращения к эмоциям и личным убеждениям». Заметим, эта формулировка – одна из множества: каждый исследователь делал упор на той или иной стороне многогранного явления, подчеркивал те или иные его характеристики. Такой подход подтверждает: анализ феномена постправды как нового заметного явления в современном медиaprостранстве необходим в самых разных аспектах, в том числе и с точки зрения противодействия.

Исследованию постправды уделили внимание многие ученые социогуманитарных наук. В фокусе их интереса находятся природа, предпосылки, механизмы создания и функционирования постправды в медиасреде, угрозы и опасность ее для социума. Пока нет четких однозначных ответов на ряд вопросов: авторы выделяют факторы, которые способствуют созданию и распространению постправды, но отдельные аспекты проблемы изучены недостаточно полно, как и эффективные механизмы купирования.

Более того, нет однозначной трактовки дефиниции. В лингвистической литературе продолжается полемика вокруг морфемного статуса «пост-», противоречивого толкования определения. Главным образом обращают внимание, что префиксоид «пост-» употреблен некорректно: никак не связан с фактором времени (в отличие от постмодерна, посткоммунизма, постсоветских стран и т. д.), а также на то обстоятельство, что семантика пост- и после- не разграничена, однако после- имеет более широкую парадигму функциональных подтипов и, соответственно, более широкую сферу употребления (выделяется в терминах, в именах существительных и прилагательных). В то время как с помощью пост- образуются, как правило, абстрактные существительные терминологического характера [5, с. 110].

В трактовке М. Линча постправда «связывает или указывает на обстоятельства, в которых объективные факты менее влиятельны в формировании общественного мнения, чем обращение к эмоциям и персональным верованиям» [6, с. 593].

Российские исследователи Н.Н. Кошкарлова и Н.Б. Руженцева отмечают, что «постправда – это такая деструкция и трансформация социальной и политической реальности, при которой происходит инверсия семантики происходящего, возникают когнитивные иллюзии, распространяются „псевдоновости“, создатель которых не несет за это никакой ответственности, а преследует определенные цели и коррелирует их с эмоциональным настроением целевой аудитории» [7, с. 51].

По мнению Ю.В. Шатина, механизмом и принципом построения текстов, в основе которых лежит постправда, становится не композиция, а диспозиция. Когда каждая последующая часть не вытекает из логики предыдущей, а отдельные фрагменты (кадры) механически монтируются с другими, создавая иллюзию достоверности [8, с. 253].

А.Ю. Гарбузняк определяет постправду как «коммуникативный процесс, порождающий нарратив с определенными свойствами: отдельные факты и аналитические выводы обладают в нем меньшей убеждающей силой, чем готовые интерпретации, предлагающие более или менее целостную картину мира, которая резонирует с уже существующими личными убеждениями граждан. Факты, не вписывающиеся в нарратив постправды, отвергаются» [2, с. 186].

В свою очередь В.П. Кириенко полагает, что «постправда – это одна из составляющих частей современной формы коммуникации, заключающаяся в формировании особого нарратива в общественном сознании с помощью СМИ и социальных сетей, основанного на отдельных фактах или интерпретациях событий и явлений в выгодном для заказчика свете» [9, с. 434].

Как коммуникационную стратегию рассматривает постправду и И.Д. Тузовский [10]. Ее задействуют для создания при помощи определенных приемов и когнитивных искажений картины событий (мира), которая не соответствует объективной реальности, но по тем или иным причинам необходима коммуниканту. Таким образом, в основании понятия «постправда» «лежит проблематизация достоверности в связи со стремительным развитием и расширением коммуникативной среды» [11].

Можно констатировать: в той совокупности явлений и признаков, которые описывает дефиниция, главным и одним из определяющих является его коммуникативная природа.

Рассматриваемый феномен возник вследствие увеличения скорости информационных потоков, появления множества альтернативных источников информации, что позволило реципиентам формировать медиапотребление с учетом личного мнения (и привело к появлению так называемых информационных пузырей), развитие соцсетей облегчило и расширило эти практики. Негативную роль также сыграла девальвация значения факта в общественном сознании «при одновременном росте влияния сетевых сообществ (где позиция, как правило, довлеет над фактом)» [2, с. 189].

Среди других предпосылок следует отметить игнорирование верификации фактов, мнения квалифицированных экспертов, сформировавшееся клиповое мышление и утрату навыков аналитического постижения получаемых сведений потребителями. Ведь при избытке информации для экономии усилий люди отдают предпочтение легкости и скорости ее рецепции и обработки, что приводит к определенным когнитивным искажениям: человек верит тому, что нравится, созвучно его взглядам и представлениям (порой достаточно аморфным), совпадает с собственной картиной мира.

В чем опасность?

В приведенных определениях постправды содержится отсыл к ее вредоносности для информационного поля и функционирования социума. Рассмотрев причины и условия возникновения постправды, следует особо подчеркнуть, что в подавляющем большинстве случаев она не возникает спонтанно, а создается целенаправленно по определенным лекалам с целью эрозии и перепрограммирования ценностно-мотивационных установок реципиентов. Зачастую – в рамках информационно-психологических специальных операций – как разрушительное информационное оружие, способное «управляемо изменять политическое сознание масс, заставляя их неадекватно воспринимать реальность» [9, с. 434].

Может сложиться впечатление, что постправда – неизбирательное информационное оружие массового поражения, которое действует тотально на всю аудиторию. Однако, по нашему мнению, воздействие имеет избирательный характер, ему сильнее подвержены определенные страты реципиентов, преимущественно молодежная аудитория.

У любого человека взгляды и картина мира формируются и изменяются с накоплением жизненного опыта. Характер потребляемой информации также оказывает на них заметное влияние. Молодые люди багажом жизненного опыта не отягощены, склонны к некритичному потреблению информации, сильнее подвержены манипуляциям, им сложно различать намеренное медиаискажение реальности. Зачастую демонстрируют инфантильное восприятие действительности и поступков других людей, в силу чего не могут оценить, насколько социально приемлемым является поведение героев социальных медиа. Проблема в том, что многие молодые люди воспринимают информацию через призму своих ограниченных знаний о мире и через свой информационный пузырь, это приводит к различного рода искажениям представления о происходящих



Во время встречи с министром информации Владимиром Перцовым в рамках проекта «Молодежная медиасфера» студенты Гродненского государственного университета имени Янки Купалы и школьники вели диалог о медиаграмотности

процессах. Когда знания, статистику и анализ подменяют мнением, навязанным сообществом в соцсетях или личным мнением, которое базируется не на аналитике или на понимании механизмов происходящего, то не стоит потом удивляться, что выводы ошибочны.

Актеры в полной мере учитывают эти особенности молодежной аудитории: постправда, ориентированная на нее, чаще опирается на мемы, т. е. абстрактные нарративы без цифр и верифицированных фактов, сомнительная информация подается так, чтобы не возникали неудобные вопросы, исключалась сама возможность выяснить истину: а зачем, если это, дескать, общеизвестный факт. Молодежь более активно делится в сети новостями – в этой возрастной группе «хайп» распространяется практически сразу. Именно так разгоняются новостные вбросы, формируется мощная волна подстрекательства в соцсетях.

Маркеры постправды

На важный прикладной вопрос, как, собственно, определить постправду в информационном потоке, по каким признакам, однозначного ответа нет. Как правило, появляется она в информационном поле при приближении социума к точке бифуркации, в момент выбора, подменяя верный вариант иллюзорным либо создавая предпосылки для ошибки. Среди маркеров можно назвать нарушение увязки событий в логичную структуру, последовательности причинно-следственных связей. А также подмену понятий, полуправду, недостаток верифицированных фактов или их игнорирование, что приводит к ошибочным выводам из-за неполной или тенденциозно представленной информации. Обращение к эмоциям, апелляция к ценностям и убеждениям человека – приемы, имманентно присущие публицистике, в случае постправды носят явно гипертрофированный характер. Подача фактов, конструирование событийной картины – все направлено на то, чтобы максимально возбудить эмоции.

По большому счету, постправда стремится изменить картину мира личности, поставить под сомнение убеждения и ценности, запустить когнитивные искажения. Информация подается таким образом, чтобы выключить критическое мышление реципиента, обойти барьеры здравого смысла, включить реликтовые человеческие инстинкты, вызвать некую определенную программируемую реакцию человека. Поэтому наиболее шокирующий и эмоционально окрашенный контент мгновенно распространяется в соцсетях, что предельно облегчает тиражирование постправды.

Меры противодействия

Использование постправды в массовой коммуникации угрожает нарушением социальной стабильности, ведет к поляризации общества, создает предпосылки и провоцирует насильственное разрешение противоречий. С ее помощью манипулируют аудиторией, навязывая ложный взгляд на события. Опасность осознают во всех странах, предлагая и реализуя комплекс мер нейтрализации. Все предпринимаемые шаги можно свести к двум блокам.

Первый – законодательный. Это четко прописанные правовые нормы, регулирующие правоотношения и поведение пользователей в сети, а также оперативно вводимые ограничения и запреты в том случае, если соцсети игнорируют контроль поведения пользователей или не справляются с ним. При таком развитии событий государство вынуждено взять на себя решение проблемы: регулирование правоотношений в сети входит в число национальных приоритетов большинства стран. Концепция информационного суверенитета предполагает контроль государства над информационными потоками и распространением информации на своей территории, право самостоятельно формировать информационную политику, независимо от влияния извне. Подобные подходы в той или иной степени реализованы в ряде стран. Они включают большинство компонентов, сопряженных с информационной сферой, предполагают заметное регулирующее присутствие в ней государства при верховенстве закона [12; 13]. Определенные, хотя и отличающиеся первоначально шаги в этом направлении предприняли КНР, Российская Федерация, Республика Беларусь, США, ФРГ и др.

Разумеется, подобные меры не приводят к победе над постправдой, но существенно ограничивают возможности ее распространения, сводят к минимуму число ее источников.

Второй момент – необходимо наращивать собственные информационные возможности: это понятный симметричный ответ. Здесь следует сделать оговорку: не для опровержения постправды, оно воспринимается как оправдание, и каждая публикация или действие лишь ухудшает положение. Классическим стал пример избирательной кампании Дональда Трампа, когда все попытки опровергнуть его голословные утверждения, сомнительные оценочные суждения ни к чему позитивному не вели, лишь удерживали в инфополе и закрепляли в памяти аудитории неоднозначные и скандальные изречения кандидата.

В то время как формирование медийной повестки, создание качественных журналистских текстов, публикация проверенных фактов и палитры мнений авторитетных для аудитории экспертов задают рамки обсуждения, не оставляя места для спекуляций и постправды. У этого тезиса есть и еще одно измерение: информационное сопровождение в режиме реального времени того, что происходит в системе государственного управления, не оставляет шансов для спекуляций, продвижения сомнительных нарративов. Такие шаги повышают доверие аудитории к официальным источникам информации, вызывают эмпатию к проблемам страны.

В этом же блоке третья по порядку, но, пожалуй, первая по значимости мера: подготовка аудитории к критическому восприятию информации, обучение тому, как не стать жертвой манипуляций, учитывая проблематизацию достоверности получаемых сообщений.

Если запретительно-ограничительные меры можно сравнить с оперативным лечением, то медиаграмотность – это своего рода прививка для укрепления информационного иммунитета.

Родителям и системе образования необходимо формировать у детей азы медиаграмотности с раннего возраста. В процессе задаются идейная рамка ключевых нарративов, онтологический смысл системе устоявшихся фреймов, что снижает шансы на становление парадигмы постправды.

В основе медиаграмотности лежит формирование, развитие и закрепление до автоматизма привычки критически относиться к информации из непроверенных источников, всегда читать не только заголовки, но и сам текст, оценивать обоснованность доказательств и наличие ссылок на источники, навыков аналитического мышления. Эти компетенции сублимируются в неприятие сомнительных инфоповодов, подмены смыслов, попыток дезориентировать, запутать, исказить реальную картину, предвзято интерпретировать события и факты.

Статья поступила в редакцию 05.11.2022 г.

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ]

1. Жолудь, Р.В. «Эра постправды» в западной журналистике: причины и последствия / Р.В. Жолудь // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Филология. Журналистика. – 2018. – № 3. – С. 117–122.
2. Гарбузняк, А.Ю. Феномен постправды: девальвация факта в медийном дискурсе / А.Ю. Гарбузняк // Государство и гражданское общество: политика, экономика, право. – 2019. – № 1. – С. 184–192.
3. Вальковский, М.А. Феномен фейка в современной цифровой медиасреде / М.А. Вальковский // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навуц.-практ. канф., Мінск, 15–16 ліст. 2018 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2018. – С. 283–285.
4. Фуллер, С. Постправда: Знание как борьба за власть / С. Фуллер, пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Выс. шк. эк-ки, 2021. – 368 с.
5. Ефремова, Т.Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка / Т. Ф. Ефремова. – 2-е изд., испр. – М.: Астрель, 2005. – 636 с.
6. Lynch, M. STS, symmetry and post-truth / M. Lynch // Social studies of science. – 2017. – Vol. 47, № 4. – P. 593–599.
7. Кошкарлова, Н.Н. На пути к правде, ведущем ко лжи: феномен постправды в современной политической коммуникации / Н.Н. Кошкарлова, Н.Б. Руженцева // Политическая лингвистика. – 2019. – № 1 (73). – С. 50–56.
8. Шатин, Ю.В. Постправда как риторический феномен в современном медиапространстве / Ю.В. Шатин // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2020. – Т. 19, № 6. – С. 250–257.
9. Киреенко, В.П. Феномен постправды в современном политическом дискурсе / В.П. Киреенко // Молодой ученый. – 2022. – № 18 (413). – С. 433–436.
10. Тузовский, И.Д. Постправда как синдром Цифровой эпохи: предельное понимание феномена и сценарии будущего / И.Д. Тузовский // Философская мысль. – 2020. – № 12. – С. 42.
11. Якимов, А.Е. Постправда и повседневность. К проблеме определения понятия «постправда» / А.Е. Якимов // Философия и культура. – 2020. – № 9. – С.1–8.
12. Вальковский, М.А. Информационный суверенитет: прикладные аспекты и сравнительный анализ практик / М.А. Вальковский // Журналістыка-2019: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 21-й Міжнар. навуц.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2019. – С. 395–400.
13. Малькевич, А. Как регулируется интернет в разных странах мира [Электронный ресурс] / А. Малькевич // Центр прикладных исследований и программ. – Режим доступа: <http://www.prisp.ru/opinion/1801-malkevich-o-regulirovanii-interneta-v-mire-1802>. – Дата доступа: 28.08.2022.