

УДК (091)

Н. Я. Саноцька

кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри філософії

Національного університету «Львівська політехніка»

## КОНТУРИ ПОСТПРАВДИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Основним елементом сучасного інформаційного суспільства в кожному його вимірі є інформація. Інформаційні процеси й системи здійснюють найбільший вплив на функціонування економіки, соціальної поведінки й культури, політики, на процеси прийняття політичних рішень і юридичне регулювання. Причини змін у багатьох аспектах суспільного життя слід шукати насамперед у поширенні нових технологій. Протягом XX століття інформація прагнула наздогнати реальність, а у XXI столітті вона її випереджує. Уже в середині минулого століття вчені передбачали небезпеку стрімкого поширення інформації, на ґрунті чого з'являються численні маніпуляції, і застерігали від подальшого розвитку суспільства на основі дезінформації. Сьогодні уникання правди й тенденція до обману стали звичайною соціальною поведінкою. Універсальність цього явища створила нову якість правди, яка характеризується неоднозначністю тверджень, немов правда лежить поруч із брехнею.

Через зростаючу розбіжність між доступністю мрій, що транслювалася через інформаційний простір Інтернету та ЗМІ, і неможливістю їх реалізації в повсякденній реальності загострювалася соціальна фрустрація. Той, хто не вписувався в закономірності краси, процвітання й успіху, закривав очі на правду, щоб бути ближчим до спільного щастя. На ринку егалітарних образів кожен хотів мати принаймні мінімум. Поступово з'являється напівправа, «удосконалена правда», або неоправда, «правда лайт», тобто полегшена правда, котра мала б сприяти зменшенню соціальних фрустрацій. Нехай кожна людина має свою правду, і нехай ця правда не робить їй боляче. Таким був рецепт початку XXI століття, щоб розслабити соціальну напругу. Нова правда мала послабити гостроту протистояння з дійсністю, вона повинна була згладити, загущувати реальність. Історія, як завжди, виявила протилежну сторону колективних ілюзій. Якщо обман не називається неправдою, а лише делікатною правдою, якщо очевидну брехню називаємо не брехнею, а перебільшенням, перекручуванням, неправильним судженням, вибірковою інформацією, то розмивається основа соціальних прагнень. Гнів, злість і розчарування не зменшуються, а зростає, оскільки жакливі афекти не мають тепер адресата. Так людство опинилося в умовах постправди, в якій дедалі важче віднайти межу між правдою й хибю, щоб не стати жертвою маніпуляцій.

**Метою статті** є критичний аналіз феномена постправди в сучасному публічному дискурсі. Автор статті робить огляд тих підходів, що найчастіше трапляються в публічному обговоренні цього явища, намагається окреслити його зміст і значення для людини.

Ідеться про нове явище, про нього здебільшого пишуть аналітики, журналісти, однак воно не здобуло ще філософського осмислення та наукового обґрунтування. Ще не існує цілісної культурологічної, епістемологічної, політологічної концепції постправди. Проте сьогодні в авторитетних світових виданнях є вже досить багато публікацій на цю тему таких авторів, як К. Вайнер, Д. Робертс [11], А. Гопалакрішнан, В. Девіс, В. Гевін [7], Дж. Харсін [8], Р. Хавт [12] і багатьох інших.

Термін «постправа» з'явився на початку 90-х років XX століття. С. Тесіч у статті, опублікованій в «The Nation», сказав, що афера в Іраку й війна в Перській затоці залишилися потрактовані тихіше, ніж афера в Уотергейт. Завдяки новій риторичній стратегії американців (за Тесічем) вони сказали: «Ми, як вільні люди, добровільно вирішили, що ми хочемо жити у світі постправди» [13, с. 14]. Тут не йшлося про обман, але про загальну поведінку, що

послаблює значення правди (колективне небажання конфронтації з дійсністю). Протягом десятиліття слово почало з'являтися й використовуватися в контексті критики стратегій управління, які будувалися на практиках неназивання речей своїми іменами й відходили від правди. Підсумував ці практики Ральф Кейс у книзі «The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life», що була опублікована в 2004 р. [9]. Автор досліджує явище в ширшому контексті, аніж політичний. Він зібрав десятки й сотні прикладів із суспільного життя, відзначаючи, що уникання правди й тенденція до брехні стають звичайною соціальною поведінкою. Зростаюча популярність постправдивості з року в рік створює крихку будівлю на основі страху. Були побоювання, що глобальний капіталізм робить більше хаосу, ніж порядку, живиться нерівностями замість того, щоб їх зменшити, збільшує експлуатацію планети, що веде до екологічних катастроф, і країнам уже складно контролювати його динаміку. У результаті замовчування правди й вигадування тисячі її сурогатів поступово стирається межа між правдою й обманом. Це привело, як писав Кейс, до «втрати клейма, яке раніше обтяжувало брехню. <...> Брехня стала, по суті, переступом, за який немає жодної кари» [9, с. 71]. Книга Р. Кейса, опублікована в 2004 році, стала як пророцтвом, так і відповіддю на питання сьогоденних публічних дебатів. Дивлячись на історію брехні, Р. Кейс недвозначно стверджує, що люди завжди брехали і, мабуть, завжди будуть брехати. Те, що відрізняє нас від наших предків, полягає в тому, що сучасні брехуни рідко притягуються до відповідальності за свій обман. Навпаки, момент, коли це відбувається, дуже часто стає початком їх запаморочливої кар'єри. Як показує Р. Кейс, обман – це не лише область злочинців або світу розваг. Так само тепер із правдою часто розминаються журналісти, учені, юристи та політики. Серед постатей, на котрі вказує автор, знаходимо літературознавця й філософа Поля де Мана, президентів США (Річарда Ніксона, Рональда Рейгана й Білла Клінтона) та інших. Діагноз Кейса викликає тривогу, а його наслідки спостерігаються сьогодні всюди. Якщо істина більше не є нашим вибором, що заданий за замовчуванням, тоді ми нікому не можемо вірити. А без довіри, переконує Р. Кейс, у нас немає шансів створити суспільство. Категорії чесності та нечесності втратили свій двійковий («нуль-один») характер. Колишня брехня була замінена неоднозначними твердженнями, які не відповідають правді, однак їх важко кваліфікувати як явну брехню. Плутанини додають численні постмодерністські теорії, які переконують, що істина завжди є відносним поняттям, а також продукують десятки виразів, які показують хибу у вигідному світлі. І тому люди більше не обманюють, а «перебільшують», «помилково висловлюються», «формулюють неправильне судження», «вибірково розкривають інформацію», «контекстуалізують», «маскують правду», «прогинають» її чи «підсолджують», або, нарешті, «вони представляють правду, однак її важко кваліфікувати як явну брехню». Іноді, обманюючи, люди служать «вищій істині» або добираються до «власної правди». Усі тенденції, описані Р. Кейсом, швидко посилює розвиток комунікаційних технологій на чолі з Інтернетом, завдяки якому кожен із нас може випустити у світ неправду, що нагадує правдиву інформацію.

Справжній вибух у використанні терміна «постправа» відбувся у 2016 році, коли частота його публічного вживання зростає на 2000%, і Оксфордський словник англійської мови обрав його «словом року». За визначенням цього словника, постправа – це поняття, яке «стосується умов, за

яких об'єктивні факти менш значимі під час формування суспільної думки, ніж звернення до емоцій і особистих поглядів» [10].

Отже, із цього визначення випливає, що постправа – це просто «моя правда», незалежно від фактів, інших аргументів і думок, заснованих на суб'єктивно сильному й емоційному переконанні. Тож вона не може бути ні об'єктивною, ні абсолютною. По суті, правда в постправді розмивається, утрачає свою цінність правдивості, залишається вірою, припущенням, моїм переконанням, а не тим, що можна віднести до універсальної цінності. Це робить спілкування, публічний дискурс важким, якщо не неможливим. Префікс «пост-» у цьому понятті наштовхує на враження, що правда вже була, а зараз маємо справу з чимось іншим, що надходить після правди. Але в такому разі постправа вже є не правдою, а зовсім іншим явищем.

У публічному просторі з'явилися дуже різні підходи до тлумачення цього явища. Серед коментаторів є ті, хто дотримується критичної позиції щодо явища постправди і вважає, що це порожнє поняття, позбавлене десигнації. Воно абсурдне, вигадане виключно з рекламно-пропагандистською метою, щоб, наприклад, виправдати неетичні дії в комунікаційному просторі, маніпулювати думкою людей тощо. У сфері політики чи маркетингу конструювання таких понять є звичною справою, і робиться воно заради нової інтриги, привертання уваги тощо.

Професор Т. Борковський у публікації «Бритва Оккама проти постправди» ставить запитання: чи це поняття має якусь особливу сутність і реальне буття, котрого не зауважили дослідники, чи це є нове суспільне явище [6]? Для того, щоб відповісти на це запитання, автор статті розглянув визначення постправди, що найчастіше трапляються в публічній нарації, розглядаючи їх як визначення означальні. Після докладного аналізу та синтезу цих означників автор приходиться до висновку, що дефініція поняття «постправа» є такою самою, як дефініція поняття фальші, неправди, маніпуляції. «Відповідно до принципу бритви Оккама, не варто те саме явище окреслювати більше ніж одним поняттям. Поняття «постправа» не окреслює жодного нового буття, що було б невідоме для гуманітарних наук [6, с. 18].

Деякі експерти вважають, що рішення видавців Оксфордського словника, по суті, облагороджує це поняття й замовчує той факт, що йдеться про явний політичний обман із метою отримання голосів виборців. Замість того, щоб цей процес зупинити, поважна оксфордська інституція легітимізує його як щось, із чим ми мусимо миритися. У деяких критиків це рішення породило надію, що ті, хто ставиться до цього явища поблажливо, урешті зрозуміють, що воно означає згоду на нечесність тих, кому ми довірливо віддаємо свої долі.

Поняття «постправа» стало популярне ще й через несподівані виборчі рішення громадян різних країн, що ґрунтувалися на неперевірених інформації й односторонніх думках, які люди отримали з мас-медіа. Експерти активно почали говорити про постправду під час Brexit. «Прихильники Brexit проводили кампанію VoteLeave, одним із ключових гасел якої була теза, що членство Британії в ЄС коштує 350 млн фунтів на тиждень. Попри те, що ця цифра була цілковито необґрунтованою, і її багаторазово спростовували у впливових британських ЗМІ, агітатори VoteLeave вперто поширювали її всіма можливими способами, перетворивши на один із символів Brexit. Після Brexit підвищений інтерес до феномена постправди виник під час президентської кампанії в США. За підрахунками, 80% публічних заяв Дональда Трампа – брехня або перекручення фактів. Під час кампанії Трамп говорив не те, що відповідало дійсності, а лише те, що його прихильники хотіли б почути. Як бачимо, ця стратегія виявилася цілком успішною: Трамп став президентом» [4].

Велика частина споживачів медіа функціонує в межах відокремлених обігів інформації, в яких явна брехня знаходиться поряд із маніпулятивною інформацією та правдою. Усі вони взаємно підтверджуються й зміцнюються. До та-

ких обігів не доходять знання ззовні, а люди для розуміння й інтерпретації інформації використовують насамперед загальні знання й те, що вважають думкою більшістю. Так виникають міцні ряди неправди, які взаємно зміцнюються й доповнюються. У цьому сенсі постправа – це такий вид неправди, який виникає зі змішування правдивої, напівправдивої й хибної інформації в зачиненій медійній «коробці». Треба витратити величезну кількість уваги й енергії, щоб перевірити кожну інформацію. Люди не мають на це часу, бажання й уміння, і тому дуже легко потрапляють у таку «коробку». Усі оперують такою самою мовою й схожі одне на одного. До того ж легко знайти підтвердження, що інші люди, такі, як я, також у це вірять, то ж навіщо шукати докази? Цей механізм називається в соціальній психології «суспільним доказом правди». Він був виявлений у процесі дослідження значення загальноприйнятих знань у житті людини. Загальні знання, на відміну від наукових, емпіричних знань, спираються частково на «здоровий глузд», а частково на суспільний доказ правди. Згідно із загальним знанням, щось є справжнім, оскільки більшість або всі «так вважають». Сучасні пошукові Інтернет-системи, реклами, портали діють таким чином, що через певний час, завдяки знанням про дії якоїсь людини в мережі, що записані у файлах cookie, підсовують нам саме такі матеріали, які ми хочемо оглянути, які нас цікавлять. Це призводить до зміцнення наших попередньо висловлених уподобань і поглядів. Просто Інтернет пропонує нам те, чого ми очікуємо. У результаті інформаційний простір дедалі більше нагадує сукупність окремих кластерів із власною специфічною культурою. Замість того, щоб створювати майданчик для спільної дискусії та порозуміння, соціальні медіа зумовлюють радше протилежний ефект: вони ще більше віддаляють людей одне від одного й прив'язують до їхніх початкових поглядів.

Хоча термін «постправа» з'являється в контексті виборів Дональда Трампа чи Brexit, але цим не обмежується. Ми можемо також шукати приклади в інших сферах. Прикладом у маркетингу може бути твердження про чудодійну силу якогось лікувального засобу. Одержувач медіа не звертається до фахових знань, а тільки шукає підтвердження цієї інформації в існуванні схожих медичних засобів, які рекламуються як надзвичайно ефективні, а також шукає інформацію в Інтернеті на цю тему, там, де її поширюють «звичайні люди». Тому не дивно, що надзвичайно успішною нині є спільнота в соціальній мережі Facebook «Людоньки, порадьте», яка налічує 1300 учасників і в якій циркулює дуже різна інформація.

Є. Ланюк зазначає: «У дискусії про постправду дослідників, однак, найбільше хвилює навіть не те, що факти підтасовують під переконання, а те, що саме поняття об'єктивного факту взагалі стає чимось несуттєвим» [4].

Отже, одним із ключових чинників, який лежить в основі такого новітнього феномена, як «постправа», є розвиток комунікаційних технологій, зокрема Інтернету та соціальних медіа. Надавши користувачам можливість публікувати інформацію, яка може далі поширюватися за допомогою репостів чи ретвітів, він знівелював різницю між масовими та міжособистісними комунікаціями, в яких часто стираються межі між правдою й обманом. Підраховано, що принаймні одна третина повідомлень, переданих через Twitter, – це свідоме викривлення реальності [2]. Ключовим у цій ситуації, є питання, як добратися до тої реальної правди.

Цікавим прикладом, що проливає світло на розуміння явища постправди, є медійний контекст катастрофи малайзійського Боїнга-777 над Донбасом у 2014 році. Інформаційна буря здійнялася тоді, коли виявилось, що збито не український цивільний літак АН-17, як заявляли російські засоби масової інформації, що першими прибули на місце пригоди, а малайзійський із 298 пасажирами на борту. Пересічному споживачу новин було важко зловити, хто (Україна, Росія, Голландія чи міжнародні інституції, що включилися в розслідування причин катастрофи) висвітлює правдиву версію. Медійний меседж, що йшов від кожного із

цих суб'єктів, мав завдання не лише висвітлити перебіг подій, пов'язаних із катастрофою, а й також збурити у споживачів інформації конкретні емоції, метою яких є формування певного враження й погляду, певної думки, спираючись на яку, вони будуть приймати рішення, зокрема політичні.

Brexit, вибір Дональда Трампа, політика інформаційної гібридної війни Росії на Сході України – це лише деякі приклади з 2016 року, коли неправдива, фейкова інформація вплинула на політику й долю держав. Усі ці випадки демонструють політику, що ґрунтувалася на основі безперервного інформаційного шуму, в якому розмивалися кордони між фактом і думкою, правдою й брехнею, інформацією й дезінформацією. В епоху постправди навіть неодноразово спростована інформація ще довго може жити «своїм власним життям». Політики не конкурують один з одним, намагаючись діагностувати проблеми й пропонувати рішення, що спираються на факти. Вони прагнуть збурити довкола себе якомога більше емоційних реакцій виборців, використовуючи гасла, які не мають жодного зв'язку з реальністю.

В епоху постправди, в якій об'єктивні факти менш важливі у формуванні громадської думки, ніж звернення до емоцій і особистих переконань, мова ненависті стає інструментом конфліктів і антагонізмів, а також явищем дуже поширеним, з огляду на розвиток засобів масової інформації.

Підсумовуючи, можна зазначити, що ми живемо в епоху розвитку масових комунікацій, коли істина перестає бути принципово важливою. Постправда – це явище, що виникає в публічному просторі й полягає в особливому акцентуванні на емоційному аспекті публічної дискусії, одночасно маргіналізуючи сферу фактів. Це не поодинокі тенденції, а єдиний і цілісний феномен деконструкції соціально-політичної та культурної дійсності в інформаційному суспільстві. Ці процеси насамперед підривають взаємну довіру й тим самим руйнують міжособистісні відносини; прогресує байдужість до брехні в публічному просторі. Тим часом одна з характеристик здорової демократії – це здатність її громадян виражати незгоду, протест і навіть лють, коли їх обманюють.

Тому видається важливим і необхідним, щоб центральним компонентом у програмах освіти було навчання свідомому користуванню медіа, починаючи від їх вибору, через порівняння вкладеного в них змісту й аж до розуміння суті послання й програмних ліній. Завдання, що стоїть перед сучасністю – це формування культури партисипації, співучасті, співпричетності. Це така форма культури, де люди не є пасивними одержувачами медіа, але мають знаряддя, які дозволяють їм брати участь у комунікаційних процесах, висловлювати свою думку, діяти. Програми медійної освіти мають бути направлені також на те, щоб показати, як можна самостійно й відповідально брати участь у комунікаційних процесах (забирати голос, дискутувати, пропонувати власні рішення, демонструвати власну творчість), як робити так, щоб інші нас слухали, реагували на нашу думку без ворожості, збільшення рівня негативних емоцій чи скандалу.

### Література

1. Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к пост-модерну / Н. Кириллова. – М. : Академический проект. – 2006. – 448 с.
2. Луман Н. Медиакоммуникации / Н. Луман. – М. : Логос – 2005. – 276 с.
3. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Антоновского. – М. : Праксис – 2005. – 256 с.
4. Ланюк Є. Постправда як чинник симулятивної деконструкції соціально-політичного і культурного порядку в інформаційному суспільстві / Є. Ланюк // Збруч, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zbruc.eu/node/64267>.
5. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева. – М., Жуковский : «КАНОН-Пресс-Ц», «Кучково поле» – 2003. – 464 с.
6. Borkowski T. Brzytwa Ockhama przeciwko postprawdzie / T. Borkowski // «Postprawda w dyskursie

publicznym» Streszczenia referatow Konferencji naukowej, 08–09.06.2017 Akademia Ignatianum w Krakowie, s. 17–18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ignatianum.edu.pl/nauka/konferencje/postprawda-w-dyskursie-publicznym>.

7. Gewin V. Communication: Post-truth predicaments / V. Gewin // Nature. – 2017 – P. 425–427.

8. Harsin J. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies / J. Harsin // Communication, Culture & Critique, 2015. 8 (2) – P. 327–333.

9. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life / R. Keyes. – St. Martin's Press, 2004.

10. Oxford Dictionary of English [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>.

11. Roberts D. Post-truth politics / D. Roberts // «Grist» Apr 1, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>.

12. Rabin-Havt A. Lies, Incorporated: The World of Post-Truth Politics / A. Rabin-Havt / «Paperback», April 19, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.amazon.com/Lies-Incorporated-World-Post-Truth-Politics/dp/0307279596>.

13. Tesich S. A Government of Lies / S. Tesich // The Nation. – January 6–13, 1992. – P. 12–15.

### Анотація

**Саноцька Н. Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві.** – Стаття.

Метою статті є критичний аналіз феномена постправди в сучасному публічному дискурсі. Автор робить огляд підходів, що найчастіше трапляються в публічному обговоренні цього явища. Установлено, що ще немає цілісної культурологічної, епістемологічної, політологічної концепції постправди. Виявлено, що одним із ключових чинників, який лежить в основі цього нового феномена, є розвиток комунікаційних технологій, зокрема Інтернету та соціальних медіа. Особливістю постправди є те, що в ній акцент робиться на емоційному аспекті публічної дискусії, маргіналізується сфера фактів, що може призвести до багатьох негативних тенденцій у суспільстві. Видається важливим і необхідним, щоб центральним компонентом у програмах освіти було навчання свідомому користуванню медіа, а також формування культури партисипації. Це така форма культури, де люди не є пасивними одержувачами медіа, але мають знаряддя, які дозволяють їм брати участь у комунікаційних процесах, висловлювати свою думку, діяти.

**Ключові слова:** правда, постправда, інформаційне суспільство, фальшиві новини.

### Аннотация

**Саноцкая Н. Я. Контуры постправды в информационном обществе.** – Статья.

Целью статьи является критический анализ феномена постправды в современном публичном дискурсе. Автор делает обзор подходов, которые чаще всего встречаются в публичном обсуждении этого явления. Установлено, что еще не существует целостной культурологической, эпистемологической, политологической концепции постправды. Обнаружено, что одним из ключевых факторов, который лежит в основе этого нового феномена, является развитие коммуникационных технологий, в частности Интернета и социальных медиа. Особенностью постправды является то, что в ней акцент делается на эмоциональном аспекте публичной дискуссии и маргинализируется сфера фактов, которая может привести ко многим негативным тенденциям в обществе. Кажется важным и необходимым, чтобы центральным компонентом в программах образования было обучение сознательному пользованию медиа, а также формирование культуры партисипации. Это такая форма культуры, где люди не являются пассивными получателями медиа, но имеют орудия, которые позволяют им принимать участие в коммуникационных процессах, выражать свое мнение, действовать.

**Ключевые слова:** правда, постправда, информационное общество, фальшивые новости.

### Summary

#### **Sanotska N. Y. Contours of Post-Truth in the Information Society. – Article.**

The article aims at presenting a critical analysis of the phenomenon of post-truth in modern public discourse. The author gives an overview of the most popular approaches towards its interpretation that may be found in public discussion. It has been established that there is still no consistent culturological, epistemological and political concept of post-truth. It has been revealed that one of the key factors at the foundation of this new phenomenon is the development of communication

technologies, namely the Internet and social media. The specific feature of post-truth is its focus on the emotional aspect of public discussion and marginalization of facts, which may result in many negative tendencies in the society. It appears to be very important and expedient to have conscious use of media taught as part of core curriculum as well as form the culture of participation. It is a form of culture in which people are not the passive recipients of media but have tools, which help them participate in communication processes, express their opinions and act on them.

*Key words:* truth, post-truth, information society, fake news.