

От редакции

В очередном выпуске рубрики «Готовится к публикации» мы публикуем следующий раздел из будущей книги «Общественное подсознание, общественное воображение, общественное мнение как факторы социального порядка» известного исследователя проблем масс-медиа — доктора филологических наук, члена Правления Национальной ассоциации исследователей масс-медиа, действительного члена Евразийской академии телевидения и радио, члена редакционного совета Российской коммуникативной ассоциации, члена редколлегии «Международного журнала медиа и коммуникаций в Центральной Азии» Иосифа Дзялошинского.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В ЭПОХУ ПОСТ-ПРАВДЫ

Иосиф Дзялошинский,
Академия коммуникации и информации (Россия)

Аннотация: Статья посвящена анализу категории «постправда», которая активно используется в современных исследованиях процессов формирования общественного мнения. Выявлены гносеологические и социальные причины появления этой категории, выявлена связь этой категории с понятиями «пропаганда» и «паражурналистика». Показано, что постправда – это продукт долгого развития субъективистских концепций интерпретации мира в отрыве от самого мира. В логике постправды мир предстает как продукт эмоций и веры, что позволяет формировать общественное мнение без оглядки на реальность.

Ключевые слова: истина, правда, постправда, пропаганда, медиа.

*«Правда — это то, что сейчас во благо королю...
Все остальное ложь и преступление»
А. Стругацкий, Б. Стругацкий
«Трудно быть богом»*

Постправда: определение понятия

Понятие «постправда», или “post-truth”, по определению Оксфордского словаря, семантически означает «обстоятельства, при которых объективные факты менее влияют на формирование общественного мнения, чем призывы к эмоциям и личной вере» (Word of the Year, 2016, URL). Считается, что первым эту категорию ввел некий блогер на сайте “Grist” (Post-truth politics, URL). Так это или нет, точно нельзя выяснить, что в своем роде является уже постправдой, поскольку может только приниматься на веру.

В исследованиях феномена постправды большинство авторов определяют его как практику интерпретации действительности, когда обращение к эмоциям и личным

Цитировать:
Дзялошинский, Иосиф. 2024.
Общественное мнение в эпоху
постправды.
Международный журнал
медиа и коммуникаций в
Центральной Азии. 4: 59-78.

ГОТОВИТСЯ К ПУБЛИКАЦИИ

убеждениям превалирует над апелляцией к объективным фактам, а истина утрачивает свой гносеологический статус. Здесь можно отметить работы Л. Макинтайра (McIntyre, 2018), А. В. Морозова (Морозов, 2019), И. С. Шушпановой (Шушпанова, 2018), П.Г. Кошкина (Кошкин, 2019) и др., а также материалы ряда значимых конференций (Политика постправды, 2017). Развивая этот подход, С.В. Чугров (2017) выделил приведенные ниже основные политико-идеологические факторы и параметры, в рамках которых доминирование ситуации постправды становится, по его мнению, предсказуемым и даже неизбежным.

1. «Post-truth — это "обстоятельства, при которых объективные факты менее значимы для формирования общественного мнения, нежели обращения к эмоциям и личным убеждениям". Постправда — это постмодернистская девиация, деформированное и стереотипизированное состояние сознания, в котором стереотипы уже оторвались от реальных образов».

2. «Общество постправды появилось потому, что, во-первых, либеральная демократия вступила в ту фазу, когда стали раздвигаться и размываться границы дозволенного; во-вторых, развитие информационных технологий и соцсетей достигло того уровня, когда с их помощью индивиды и малые группы смогли оказывать политическое влияние; в-третьих, сложилось гедонистическое массовое информационное общество (назовем его "новой толпой"), очарованное популизмом, смакующее сенсации и предпочитающее душевный комфорт и простые решения. В итоге механизмы формирования сетевого информационного поля стали задавать парадигму манипулирования всем массовым сознанием, когда свобода выбора и самовыражения оказались в узком коридоре искаженной политической реальности, за пределы которого нелегко вырваться»;

3. «Социум под влиянием сетевой публичной политики приобретает новые атрибутивные характеристики, становится аморфной и малоструктурированной массой, утрачивая — полностью или частично черты группового сознания. В результате место социальных групп — больших или малых — занимает сумма разобщенных, но временно объединившихся под знаменем конкретной (реальной или мнимой) цели "переменчивых и имеющих множество аффилиаций индивидов"». В этом пункте С.В. Чугров ссылается на В. Райха, который писал о том, что в обществе, где стала господствовать двойственная «ментальность "маленького человека", поработанного, стремящегося к власти и в то же время протестующего, высокая политика превратилась в балаганное представление» (Райх, 1946).

Развивая эту мысль, С.В. Чугров пишет: «Невольнo напрашивается сравнение с идеологией фашизма. Если небольшая группа идеологов создает некий нарратив, а потом с помощью технологии постправды навязывает его обществу (т.е. отбирает все, что вписывается в этот нарратив, и отсекает все остальное), то его можно назвать элементом (или матрицей) тоталитарной идеологии, граничащей с идеологией фашизма» (Чугров, 2017).

В качестве яркого примера постправды часто приводят подсчеты газеты *Washington Post*, согласно которым за время после своей инаугурации президент Д. Трамп сделал более 6000 ложных публичных заявлений. В речи, произнесенной в мае 2018 г., из 98 фактологических утверждений Д. Трампа 76% были ошибочными, вводящими в заблуждение или ни на чем не основанными (*Anatomy of a Trump rally, URL*). В ответ Д. Трамп и его сторонники неизменно называют *Washington Post*, *New York Times*, *CNN* и другие средства массовой информации «лгунами» и обвиняют их в распространении «фейковых новостей» с целью дискредитировать Д. Трампа.

Анализируя изложенный выше подход к определению этого понятия, В.А. Гуторов (Гуторов, 2017) задает вопрос: насколько новыми являются как сам термин «постправда», так и характер обоснования его научного и идеологического статуса, а также те социально-политические обстоятельства, которые заставляют признавать принципиальную новизну ситуации, олицетворяемую данным термином? На взгляд В.А. Гуторова, этому препятствует не только обозначенная С.В. Чугровым близость «идеологии постправды» к фашистской, психология которой была проанализирована В. Райхом еще в начале 1930-х гг., но и в явной недостаточности аргументов, позволяющих окончательно утвердить ее принципиальную эпистемологическую и политическую новизну.

Сомнения в необходимости понятия «постправда» вполне обоснованы. Можно вполне определенно сказать, что с точки зрения своего содержания, понятие «постправда» ничего не добавляет к тем идеям, которые накоплены в сфере философско-социологического понимания социальных и медийных процессов. Вполне очевидно, что предмет, описываемый этим концептом, т. е. обстоятельства, при которых аргументация *ad hominem* является достаточной для формирования общественного мнения, вероятно, появился задолго до понятия «постправда». Ложь всегда считалась необходимым и оправданным инструментом в ремесле не только политика или демагога, но и государственного деятеля. (Арендт, 2014).

В таких дисциплинах, как политическая философия и социология, данная тематика описывалась достаточно широко.

И примеров то ли постправды, то ли откровенного вранья предостаточно. Если говорить о России и о документально сохранившихся свидетельствах эмоционально-замещенного восприятия реальности, то первый пример будет обнаружен в далеком 967 г., когда войско Святослава отправилось из Киева в поход за Дунай на Болгарию. Византийские источники указывают, что численность его составляла 60 тысяч человек, а данные «Повести временных лет», тоже несколько ангажированного, но, тем не менее, уважаемого и признаваемого источника, говорят о количестве воинов всего в 10 тысяч (Широкоград, 2007). Стоит упомянуть издававшуюся Петром Первым печатную газету «Ведомости», которая с самого начала давала только «правильную», с точки зрения царя, информацию, которая далеко не всегда была объективной.

Новое понятие для обозначения пропаганды?

На наш взгляд, понятие «постправда» возникло в качестве заместителя понятия «пропаганда», которое по вполне понятным причинам вызывает у большинства исследователей сильнейшую аллергию. Существует множество определений пропаганды (Дзялошинский, 2020; Дзялошинский, Дзялошинская, 2019; Крысько, 1999; Энциклопедия методов пропаганды, URL; Katz, 1982; McLaurin, 1982 и др.). Мы не будем рассматривать эти определения, напомним лишь, что Э. Бернейс, изучая социальные последствия, к которым привела Первая мировая война, сформулировал в книге «Пропаганда» следующий постулат: «Сознательное и умелое манипулирование упорядоченными привычками и вкусами масс является важной составляющей демократического общества. Те, кто контролирует эти невидимые механизмы общества, представляют собой тайное правительство, которое и управляет нашей страной» (Бернейс, 2010).

Н.А. Бердяев характеризовал большевистскую диктатуру как идеократию, псевдометаморфоз теократии и «одну из трансформаций платоновской утопии», предопределившей «неизбежность отрицания свободы совести и мысли, неизбежность религиозных гонений» и т.д. (Бердяев, 1990).

А. Грамши в 1920-е годы создал учение о так называемой «культурной гегемонии» и «культурной агрессии в ядро суверенных государств». Согласно этой теории, революция означает не столько вооруженное восстание и насильственные действия, сколько постепенную борьбу, главным объектом которой становится не политическая верхушка, а мировоззрение и сознание простого человека (Маев, 2004). Согласно А. Грамши, гегемония – «правление, которое не осознается теми, кем оно правит». Это установленные правила, миро-

воззрение, идеалы господствующего класса; с помощью гегемонии постоянно поддерживается иллюзия общей необходимости навязанных мыслей, образа жизни (Лестер, URL). С. Кара-Мурза, рассматривая теорию гегемонии А. Грамши, говорит о том, что гегемония является не только принуждением, насилием, но и согласием общества (Кара-Мурза, 2004). Согласие общества вырабатывается с помощью ненасильственного принуждения, оно опирается на массовую культуру общества. Гегемония действует через культуру общества; это – традиции, предрассудки, мировоззрение, представления о добре и зле, символы, религиозные особенности и т.д. С. Кара-Мурза утверждает, что пока такое «культурное ядро» неподвижно, то существующий порядок устойчив, так как нет сил, которые готовы его менять (Кара-Мурза, 2004).

После Второй мировой войны проблеме иррационального обоснования поведения общества были посвящены работы М. Хоркхаймера и Т. Адорно, которые показали, что за триумфом Просвещения неизбежно следует его драматический исход в силу того, что «Просвещение ликвидирует беззаконие прежнего неравенства, непосредственное барство, но в то же время и увековечивает его в универсальном опосредовании, в соотношении всякого сущего с любым иным» (Хоркхаймер, Адорно, 1997; Хабермас, 2008). Авторы указывают, что характерный для просвещения снобизм неслучаен: он является одним из суррогатов, позволяющих маскировать новый обман под разоблачение старого. Именно под этим новым обманом вполне можно увидеть то, что сегодня принято называть постправдой. Просвещение предстает у теоретиков тем, что неизбежно порождает постправду (Приколота, 2017). Пессимизм М. Хоркхаймера и Т. Адорно по поводу просвещения наталкивает на мысль о том, что сложившийся порядок вещей вряд ли возможно преодолеть мирным путем.

Свою лепту в анализ технологий навязывания обществу определенных мнений внес Г. Маркузе. В книге «Одномерный человек» он определил символическую власть крупных СМИ как один из ключевых элементов общества потребления, акцентируя внимание на экономических особенностях позднего капитализма (Маркузе, 1994). Ж. Бодрийяр, комментируя события 11 сентября в эссе «Дух терроризма» отмечал: «Акт возмездия развивается по принципу такой же непредсказуемой спирали, как и террористический акт, никто не знает, на чем он остановится, где повернет вспять и что за этим последует. Как на уровне образов и информации нет возможности различения между спектаклярным и символическим, так нет возможности различения между преступлением и возмездием... Вплоть до того, что

либеральная идея, еще новая и свежая, уже начинает умирать в сознании и нравах, и либеральная глобализация будет осуществляться в форме совершенно противоположной: в виде полицейской глобализации, тотального контроля и террора безопасности. Либерализация закончится максимальным принуждением и ограничением и приведет к созданию общества, которое будет максимально приближено к фундаменталистскому» (Бодрийяр, 2016). Естественно, в своем анализе Ж. Бодрийяр, не ощущая ни малейшей потребности в изобретении каких-либо новых понятий, почти в точности воспроизвел ту же самую картину, в цвета которой в настоящее время повсеместно окрашиваются образы постправды.

Причины появления понятия «постправда»

Появившись совсем недавно, концепт постправды все с большей интенсивностью входит в лексикон современной политической мысли в ходе объяснения важных с политической точки зрения процессов и с успехом вытесняет многие родственные термины, претендуя в определенном плане на завоевание некоей монополии на то, что обычно именуется «общественным мнением». Возникает вопрос: почему?

Первое объяснение – самое популярное – заключается в том, что изменилась природа СМИ. Возникла так называемая паражурналистика (Дзялошинский, 2023), включающая широкий диапазон дисфункций медийной коммуникации, которая характеризуется предпочтениями бизнес-интересов, а не миссии журналистики; развлекательности, а не аналитики; зрелищности, а не освещения социально значимых проблем; ангажированности, а не объективности. Об этом писал еще Д.Л. Алтейд (Altheide, 1991), и в последние десятилетия эта тема развивается во многих работах, например в статьях Г. Почепцова (Почепцов, 2014), А. Короченского (Короченский, 2020) и др. Утверждается, что именно постправда связана с конструированием некоей публичной идентичности, где исключительно важна роль «правильной» репрезентации через современные ресурсы массовой коммуникации глубоко личного и субъективного опыта познания мира. С этой точки зрения, информационная повестка дня формируется в зависимости от «красивости» подачи информации и подготовленности читателя, зрителя или слушателя. Однако это объяснение не выдерживает никакой критики, поскольку технологии пропаганды существуют сотни лет и практически никак не меняются: гиперболизация, замалчивание, подмена понятий, выбор без выбора, общий вагон и т. д., и т. п. (Дзялошинский, 2013, 2017).

Второе объяснение делает акцент на особенностях ли-

беральной демократии. Исследователи вводят понятие «постдемократия» и интерпретируют его как новую политическую реальность, где принцип народовластия подменяется правлением политиков, лидеров корпораций и политтехнологов. Здесь не утратили актуальности работы К. Крауча (Крауч, 2010) и Ю. Хабермаса (Habermas, URL). Среди российских авторов можно отметить А.В. Логинова (Логинов, 2014), А. Ю. Мамычева, М.К. Филиппову и А.К. Самойличенко (Мамычев, Филиппова, Самойличенко, 2016) и др. Констатируется, что в ситуации постполитики отмечается переход политики в инфосферу, где происходит манипулирование симулякрами, а СМИ превращаются в поле политического действия, где идет соревнование брендов и лейблов. Здесь стоит упомянуть статьи С. Бенена (Benen, 2020) и К.М. Товбина (Товбин, 2013).

В демократической политической культуре есть доминирующий символический универсум, который интегрирует все одобренные обществом и официально подтвержденные легитимации порядка, институтов, ролей, идентичностей и т. п. символизаций в единый смысловой мир. Вся информация или факты-конструкты в СМИ увязываются с абсолютной ценностью демократии как смысловым феноменом, включаются в смысловой мир «демократия», поддерживаемый ведущей идеологической концептуализацией. Потому «информационная реальность» обязательно становилась четко определенными демократически значимым смысловым миром. При наличии доминирующего символического универсума возникал и феномен «правды демократии», в который верили безоговорочно. Так, любые частные недостатки демократической практики не могли поколебать демократии как высшей ценности. Однако по мере осознания недостатков демократии доминирующий демократический символический универсум подвергся деконструкции. В первую очередь деконструкции подверглась идеологическая сфера, что привело к трансформации символики обоснования институтов, ролей, идентичностей. Возникли разные образы демократии и каждый образ претендовал на свою правду. Тем более что культура постмодерна делает акцент не на общем, а на различиях, стремится к искусственности репрезентации, игре и высмеиванию даже священного. При наличии «разночтений» и соперничающих истин, смысл определения демократической реальности дробится далее, а правда открыто становилась атрибутом любой интерпретации (Крауч, 2010).

Таким образом, правда как информационно-политический феномен сохраняется в архаических по типу политических сообществах и, как встарь, соотносится с миром божественной истины. А постправда сегодня, по сути, уже не

информационный, а коммуникационный феномен, что задает специфику политической культуры в остальном мире.

Еще одно объяснение связано с привлечением категориального аппарата нарратива постмодерна. Эпохи Просвещения и Модерна рассматривали истину (а следовательно, и правду) как одну из высших ценностей. Истине изначально приписывались божественная природа и абсолютное существование. Научная истина эксплицировалась в виде процесса познания: от относительного знания к абсолютному, при этом знание всегда сопрягалось с объективной фактичностью. Истина, тем самым, обретала форму подлинного знания. В информационной сфере истинное знание трансформировалось в правдивую информацию о действительном положении дел. Правда всегда коррелировала с истиной, при этом обнаруживая характер морального долженствования. В отличие от объективной фундаментальности неизменной истины, правда дискурсивно выражала ее динамичные субъективные версии, поэтому миров правды много. Отсюда в информационно-коммуникативном поле «свою» правду обычно отстаивают, о ней спорят и стремятся отождествить её с истиной.

На сегодняшний день научные трактовки истины четко разделились на две непримиримые позиции. Первое – модернистское – понимание по-прежнему сводит истинное знание к адекватному отражению объективного мира. Отсюда само знание (информация) полагается объективным, опирающимся на «чистые» верифицируемые факты. При этом факт и его интерпретация в информационной сфере четко разделялись: факты полагались самодостаточными («факт – упрямая вещь»), а интерпретации делились на истинные суждения и ложные. Поэтому для политической культуры эпохи модерна было важно наличие публично-информационного поля, где высказывания/информация проверялись на правдивость. Истинность информации, тем самым, обосновывалась, а ложная информация (дезинформация) разоблачалась как бездоказательная, опровергалась и осуждалась с морально правильной позиции. Вторая – постмодернистская – трактовка отказала истине в эксклюзивности и фундаментальности, позиционируя множество условных истин (Плюралистические теории истины, URL).

Атаку на понятие «истина» начинал Ницше (Ницше, URL), который определял мир как интерпретацию, как «гераклитов поток», в котором всё течёт и изменяется, «тем самым человек – только интерпретатор и истолкователь мира явлений» (Звездина, Корнилова, Ланцова, 2011). Эту атаку продолжили Ж. Лакан, Л. Альтюссер, М. Фуко, Ж. Делез, Ж. Деррида, М. Серр, Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Л. Нанси, Ф. Гваттари

и другие авторы, которые довели идеи Ф. Ницше до логического завершения, объявив, что истина невозможна в принципе, как категория она сводится к интерпретации. Подобное размывание понятия «истина», вольная трактовка явлений в мире и событий этого мира, впитавшихся в «дух времени», и есть предтеча современного феномена постправды (Лиотар, 1994; Фуко, 1994, 1996; Деррида, 1996, 2000; Делёз, 1998; Делёз Ж., Гваттари Ф., 1998).

Появились работы, в которых выражены глубокие сомнения как в истинности философских теорий (Dahl, Stinebrickner, 2010), так и в определенности самой категории «истина». «Несмотря на свое центральное положение, или, возможно, именно благодаря ему, понятие “истина” вовсе не является внятным» (Slob, 2002). Утверждается, что взгляд на прогресс как аккумуляцию истин, рисовал наивную и предельно простую картину развития науки» (Niiniluoto, 1984). Своеобразный итог данному направлению аргументации был подведен Л. Лауданом в работе «Прогресс и его проблемы»: «Наука является, скорее, прогрессом в решении проблем, чем прогрессом в поиске истины» и, следовательно, научный прогресс может анализироваться без таких категорий как “истина” и “подтверждение”» (Laudan, 1977).

Выведенные на передний план вера и эмоции, дезавуирующие категорию «объективность» (исходящую из эпохи Просвещения), синонимичны с общей политико-философской парадигмой современности – с постмодернизмом, чья «...позиция демонстрирует недвусмысленный скептицизм по отношению к тому общему пониманию человека и общества, которое стало следствием стремления эпохи Просвещения трактовать действительность на основе объективности (или системной субъективности), разумности и универсальности» (Мусихин, 2013).

В настоящее время остается мало сомнений в том, что именно утрата веры в созидательную мощь и истинность научного знания, постоянно провоцируя всеобщий скептицизм и «разочарование в прогрессе», способствует формированию своеобразного идеологического поля «промежуточных истин», олицетворением которых становится «постправда». «Предполагается, — отмечает П. Фейерабенд, — что имеется некий “метод науки” и только этот метод приводит к приемлемым результатам. Если спросить ученого, в чем состоит этот мнимый метод, мы получим самые различные ответы, которые показывают, что ученые весьма редко знают, что именно они делают в процессе своих собственных исследований. Почему же мы должны им верить, когда они берутся судить о том, чем занимаются другие? Вторая же часть предположе-

ния, утверждающая, что только наука получает приемлемые результаты, очевидно ложна. Каждая идеология, каждая форма жизни получает некоторые результаты. Однако, возражают нам, эти результаты неприемлемы. Но всегда ли наука получает приемлемые результаты? И не удастся ли, напротив, мастерам колдовства или восточной медицины вызвать смерть врага или исцелить больного, страдающего функциональными нарушениями?» (Фейерабенд, 2007).

Таким образом, постправда – это продукт долгого развития субъективного подхода к интерпретации мира. Вся информация в парадигме постмодерна становится постправдой, которая созвучна с «симулякром» Ж. Бодрийара. Интерпретируемая реальность все больше начинает подаваться в качестве апелляции к эмоциям и вере. Главным в информации становятся эпатаж, образ и соответствие определенной парадигме без оглядки на реальность.

При этом все интерпретации в принципе объявляются относительными: что для одного истинно, для другого – ложно. Поиски объективной истины и аутентичности объявлены напрасными, поскольку «мы обитаем в мире, созданном информацией», а «символы и образы (т.е. информация) представляют собой единственную реальность, с которой мы имеем дело» (Уэбстер, 2004). Согласно постмодернистскому видению, медиареальность вместо правдивых описаний содержит симулякры, не отражающие действительного положения дел, и даже просто сфабрикованные медиасобытия. Как пишет М.Г. Щербинина (Щербинина, 2017), медиареальность, как мир информации, представляет собой реальность субъективную и сконструированную, содержащую феномены-факты. То есть любой «факт» изначально проинтерпретирован и оформлен сознанием в виде факта. Потому «информационная реальность» лишь только версия объективной действительности, своего рода, часть правды. С этой точки зрения, знаки и символы могут образовывать самодостаточный мир, и такая знаковая реальность способна обладать собственной правдой. Например, К. Вашик и Н. Бабурина, исследуя советские плакаты, констатировали, что «плакаты являют собой не доказательство исторической правды, и их нельзя судить по тому, насколько провозглашаемые ими идеи и цели соответствовали “истине”, т.е. реальной политике. Плакаты – это визуальные заявления должного, а не сущего, и относятся, таким образом, к тем “историческим истинам”, которые зачастую резко расходятся с реальным опытом и переживаниями зрителей. Но то же самое относится и к современной изобразительной рекламе в целом: она знает, что лжёт, и одновременно претендует на свою собственную правду» (Вашик, Ба-

бурина, 2004). Таким образом, конституирование правды как информационного феномена обозначает конструирование особой «реальности правды». Примером таких модернистских миров правды выступают тоталитарные пропагандистские реальности, нацистская и советская. Данные миры-утопии не подвергались сомнению и принимались на веру.

В этой связи стоит напомнить о таком явлении как политический спин. Этим понятием обозначается некая операция, проводимая над сообщениями, с целью придать им оболочку, выгодную заказчику. В этом случае информация находится между правдой и ложью, перед нами «игра с правдой», «экономное» отношение к правде (Бодрунова, 2010). В спинированной информации главное не информативность сообщения, а фрейминг и менеджмент информационного процесса. То есть модернистское представление о «фактичности» и этичности информирования сменилось новым подходом к политической коммуникации, когда факт и интерпретация существовали неразделимо, а форма стала важнее содержания. Собственно, спин докторинг заключается в навязывании СМИ потребной интерпретации и в заведомом манипулировании информацией.

С этой точки зрения, термин «постправда», или «постистина» стал обозначать новейшую «гибридную» политическую культуру, которая разрешает «играть с информацией», отменяя этические стандарты эпохи Модерна.

Постправда и СМИ

Считается, что основным мотивом создания новой терминологии послужило наступление новой эпохи в области получения информации. Засилье крупных СМИ, имеющих многомиллионную аудиторию, в информационном пространстве неизбежно порождает возможность навязывания одномерного видения событий в наиболее выгодном контексте. Альтернативные источники информации при таком раскладе могут существовать, но, как правило, их присутствие в потоке информации оказывается ограниченным по сравнению с крупными СМИ. И хотя постправду создают и распространяют СМИ во всех странах, однако в демократических государствах существуют институты и механизмы противодействия постправде, резко снижающие ее влияние на общество. Подобные механизмы обеспечиваются стабильными институтами, которые подотчетны гражданам и/или их представителям. В таких системах постправда, ретранслируемая СМИ, просто не может играть ключевую роль для определения общественного мнения и, как следствие, формирования социально-политической повестки. Контролирующие структуры уравнивают

ГОТОВИТСЯ К ПУБЛИКАЦИИ

или нивелируют негативные эффекты от формирования постправды современными массмедиа. Поэтому подобные негативные эффекты не оказывают существенного влияния на систему демократических государств, поскольку демократические государства ценны именно наличием в них так называемых «групп вето», которые находятся между собой в постоянных конфликтах на микроуровне, что удерживает систему от перекоса в сторону какой-либо из ветвей власти (Липсет, 2016).

Совершенно иная ситуация проявляется в посттоталитарных странах, которые, как правило, далеки от определения «либеральная демократия». Это – электоральные режимы, которые базируются на контроле правящей группы за политическими и экономическими ресурсами. Выборы в таких системах – это процедура для подтверждения легитимности власти, а СМИ – средство для формирования гиперреальности, абсолютно комплиментарной для правящих кабинетов. Опасность неисправляемой постправды крайне велика. Она не только приводит к манипулированию общественным мнением и его искажению в угоду правящей группировке, но и ведет к насилию и жертвам. Генерация постправды в СМИ может производиться на двух уровнях.

На первом уровне идет так называемое «продуцирование гиперреальности» (Бодрийяр, 2013), когда создается царство «симулякров», заменяющих реальные новости или вытесняющих их из информационного пространства. Поскольку в современном мире во многом существует лишь то, о чем рассказали СМИ (хотя интернет в последнее время играет роль существенного корректировщика информации СМИ), то, что не попадает в СМИ, как бы не существует вообще, поскольку не получает репрезентации. Будучи преобразованными СМИ, события утрачивают свое подлинное значение. При этом обсуждение реальных проблем заблокировано потоком «гиперреальности». Результатом этого становится создание в обществе «квазикартин событий», в которой собраны реальные, но малозначимые события (вытесняющие реальность) или «оборванные» события, не сопровождаемые указанием на причинно-следственные связи, а потому искажающие реальность.

Важную роль здесь играет похожий на «спираль молчания» механизм. Известно, что человек с меньшей вероятностью выскажет свое мнение на ту или иную тему, если чувствует, что находится в меньшинстве, так как боится возмездия или изоляции (Ноэль-Нойман, 1996). Именно страх остаться одному против толпы и запускает механизм спирали молчания. В такой системе намного легче быть конфор-

мистом и воспринимать пространство политического как нечто иллюзорное и происходящее не с тобой.

На втором уровне генерации постправды речь идет уже не о создании «гиперреальности» или «квазикартини событий», здесь применяется формирование ложной реальности путем создания «информационных каскадов», когда сложно контролировать исходный источник информации. С помощью политических программ на телевидении, контролируемом государством, непрерывно создается поток лживых, фейковых новостей, которые потом обсуждаются, комментируются, превращаются для общества в часть реальной картины мира. В подавляющем большинстве целью этих новостей является оправдание политики, которую проводит правящая группировка, и представление в максимально негативном свете того, с чем она борется (прием «расчеловечивание оппонентов»).

Ю. Н. Харари о постправде

На наш взгляд, самый глубокий анализ категории «постправда» дал Ю.Н. Харари (2019). Ниже приведены несколько тезисов из его книги.

1. Человечество всегда жило в эпоху постправды. Homo sapiens – это биологический вид постправды, сила которого зависит от создания мифов и веры в них. Еще в каменном веке самоподтверждающиеся мифы использовались для сплочения человеческих коллективов. Homo sapiens покорила всю планету в первую очередь благодаря умению создавать и распространять мифы. Мы единственные млекопитающие, способные сотрудничать с множеством чужаков, потому что только мы умеем придумывать сказки, распространять их и убеждать миллионы других людей поверить в эти сказки. Пока все верят в одни и те же мифы, мы подчиняемся одним законам и, таким образом, можем эффективно сотрудничать. Так что, пишет Ю.Н. Харари, если у вас возникнет желание обвинить Facebook или Трампа в наступлении ужасной эпохи постправды, напомните себе, что еще несколько веков назад миллионы христиан заперли себя внутри самоподтверждающегося мифологического пузыря, не решаясь усомниться в фактологической достоверности Библии, а миллионы мусульман безоговорочно уверовали в Коран. Не одно тысячелетие большая часть того, что люди считали «новостями» и «фактами» в своем кругу общения, представляла собой истории о чудесах, ангелах, демонах и ведьмах – словно отважные репортеры вели прямой эфир из самых глубин ада. У нас нет никаких научных доказательств того, что змей соблазнил Еву, что после смерти души всех неверных горят в аду, или что творцу Вселенной не нравится, когда брамин берет

ГОТОВИТСЯ К ПУБЛИКАЦИИ

в жены неприкасаемую. И все же миллиарды людей тысячами верили в эти сказки. Не только в древних религиях мифы использовались для сплочения людей. Уже в современной истории каждый народ создавал собственную национальную мифологию, а такие движения, как коммунизм, фашизм и либерализм, сформировали сложную самоподтверждающуюся идеологию.

2. На вымысел и фейковые новости опираются не только религии и идеологии, но и бизнес. Брендинг предполагает бесконечное повторение одной вымышленной истории, пока люди в нее не поверят. Какая картина всплывает в вашем сознании, когда вы думаете о кока-коле? Здоровые молодые люди, занимающиеся спортом и весело проводящие время вместе? Или тучные диабетики на больничной койке? Употребление большого количества кока-колы не сделает вас ни молодым, ни здоровым, ни спортивным – скорее повысит вероятность ожирения и диабета. Тем не менее, компания Coca-Cola за несколько десятилетий потратила миллиарды долларов на то, чтобы ее ассоциировали с юностью, здоровьем и спортом, и миллионы людей подсознательно верят в эту связь.

3. Граница между вымыслом и реальностью подвергается размыванию с самыми разными целями, начиная с развлечения и заканчивая выживанием. Вы не сможете читать романы или играть в игры, если хотя бы ненадолго не отбросите скепсис. Чтобы по-настоящему насладиться футболом, вы должны принять правила игры и по меньшей мере на 90 минут забыть, что это всего лишь плод человеческой фантазии. В противном случае вы будете думать: какая глупость – 22 человека гонятся за одним мячом. Порой футбол, начинаясь как обычное развлечение, затем превращается в нечто более серьезное, и это подтвердит вам любой английский хулиган или аргентинский националист. Футбол помогает в поиске идентичности, объединяет большие сообщества и даже становится предлогом для проявления насилия. Нации и религии – это накаченные стероидами футбольные клубы.

4. Люди обладают удивительной способностью одновременно знать и не знать. Или, если точнее, они способны узнать, если задумаются, но большую часть времени они не задумываются, а потому не знают. Если вы по-настоящему задумаетесь, то поймете, что деньги – это фикция. Но обычно вы слишком заняты, чтобы думать об этом. Если вас спросят, вы ответите, что футбол – человеческое изобретение. Но в разгар матча вас никто об этом не спросит. Приложив некоторые мыслительные усилия, вы обнаружите, что нация – не что иное, как искусно сплетенная фантазия. Но в разгар войны у вас не будет на это ни сил, ни времени. Если вы стремитесь к

абсолютной истине, то поймете, что история об Адаме и Еве – миф. Но как часто вам нужна абсолютная истина?

5. Истина и власть могут идти рука об руку, но лишь до поры до времени. Рано или поздно их пути разойдутся. Если вам нужна власть, в какой-то момент вам придется распространять вымысел. Если вы хотите узнать правду о мире, в какой-то момент вам придется отказаться от власти. Придется признать факты (например, об источниках вашей власти), которые вызовут гнев у союзников, разочаруют сторонников или нарушат согласие в обществе. На протяжении всей истории философы сталкивались с этой дилеммой. Служить власти – или служить истине? Стремиться объединить людей, заставляя всех поверить в одну историю, – или позволить людям знать правду, даже ценой разобщенности? Самые могущественные общественные институты – христианские священники, мандарины времен Конфуция, идеологи коммунизма – ставили единство выше истины. В этом был секрет их могущества.

Человечество как вид предпочитает власть, а не истину. Мы тратим гораздо больше времени и сил на попытки управлять миром, чем на попытки понять его, – и даже когда стараемся разобраться в мироустройстве, обычно делаем это в надежде, что понимание мира поможет нам его контролировать. Поэтому, если вы мечтаете об обществе, в котором правит истина, а не мифы, вам не стоит ждать слишком многого от *Homo sapiens*. Лучше попытаться счастья с шимпанзе.

6. Все это не означает, что фейковые новости не такая уж серьезная проблема, или что политики и священники имеют полное право бесстыдно лгать. Абсолютно неверен и другой вывод: что все вокруг – фейковые новости, что любая попытка добраться до истины обречена на неудачу и что между серьезной журналистикой и пропагандой нет никакой разницы. За фейковыми новостями стоят реальные факты и реальные страдания. Страдания людей зачастую бывают вызваны верой в вымысел, но сами страдания всегда реальны. Поэтому, вместо того чтобы считать фейковые новости нормой, следует признать, что проблема гораздо сложнее, чем мы предполагали, и что нужно прилагать еще больше усилий, чтобы отличить реальность от вымысла. Одно из самых больших заблуждений состоит в отрицании сложности мира и стремлении мыслить в абсолютных категориях девственной чистоты и сатанинского зла. Ни один политик не говорит всей правды, но некоторые все же лучше остальных. Будь у меня выбор, я гораздо больше верил бы Черчиллю, чем Сталину, даже несмотря на то, что британский премьер-министр не стеснялся приукрашивать факты, когда это было ему выгодно.

Точно так же не бывает газет без тенденциозности и ошибок, но некоторые искренне пытаются выяснить правду, тогда как другие представляют собой машину по промывке мозгов. Каждый из нас обязан тратить время и силы на борьбу против собственной предвзятости и проверку источников информации. Мы не в состоянии все исследовать сами. Но именно поэтому необходимо по меньшей мере тщательно проверять свои главные источники информации – будь то газета, сайт в интернете, телеканал или человек (Харари, 2019).

На наш взгляд, есть основания предположить, что пришло время расширить понятие «постправда» и использовать его применительно к современной литературе («постлитература»), эстраде («постэстрада»), театру («посттеатр»), авторы и создатели произведений для которых опираются исключительно на эмоциональные технологии воздействия на своих читателей, слушателей, зрителей, совершенно забыв о своей миссии нести людям истину, добро, красоту.

Список литературы

- Арендт, Х. 2014. Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли. Москва. Издательство Института Гайдара. 334.
- Бердяев, Н. А. 1990. Истоки и смысл русского коммунизма. Москва. Наука. 137.
- Бернейс, Э. 2010. Пропаганда. Москва. Hippo Publishing. 13.
- Бодрийяр, Ж. 2013. Симулякры и симуляция. Тула. Тульский полиграфист. 117-118, 45.
- Бодрийяр, Ж. 2016. Дух терроризма. Войны в заливе не было. Москва. РИПОЛклассик.
- Бодрунова, С. С. 2010. Современные стратегии британской политической коммуникации. Москва. Товарищество научных изданий КМК. 143-144.
- Вашик, К., Бабурина, Н. 2004. Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века. Москва. Прогресс-Традиция. 85.
- Гуторов, В. А. 2017. Постправда как фактор эволюции современного идеологического дискурса: политико-философские аспекты. Политика постправды в современном мире. Санкт-Петербург. Скифия-принт.
- Делёз, Ж. 1998. Различие и повторение. Санкт-Петербург.
- Делёз, Ж., Гваттари, Ф. 1998. Что такое философия? Санкт-Петербург.
- Деррида, Ж. 1996. Позиции. Киев.
- Деррида, Ж. 2000. О грамματοлогии. Москва.
- Дзялошинский, И. М. 2013. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография. Москва. Издательство АПК и ППРО.
- Дзялошинский, И. М. 2017. Экология медиасреды: технологии манипулирования в интернете. Монография. Монография. Издательство АПК и ППРО.

Дзялошинский, И. М. 2020. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц. Саратов. Ай Пи Ар Медиа.

Дзялошинский, И. М. 2023. Журналистика, постжурналистика, паражурналистика: кто формирует контент массмедиа. Международный научный журнал медиа и коммуникаций в Центральной Азии. 3.

Дзялошинский, И. М., Дзялошинская, М. И. 2019. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. Чебоксары. ИД «Среда».

Звездина, А. А., Корнилова, Г. И., Ланцова, И. В. 2011. Мир как интерпретация. Вестник ИрГТУ. 1 (48), 275–280.

Кара-Мурза, С. Г. 2004. Манипуляция сознанием. Москва. Алгоритм. 37.

Короченский, А. П. 2020. Медиакритика в эпоху постжурналистики. Современный дискурс-анализ. 3-1, 29-37.

Кошкин, П. Г. 2019. Американская журналистика и постправда. Москва. Весь мир.

Крауч, К. 2010. Постдемократия. Москва. Издательский дом ГУ ВШЭ.

Крысько, В. 1999. Секреты психологической войны. Минск. Харвест.

Лестер, Дж. Теория гегемонии Антонио Грамши и её современное звучание. URL: <http://www.politnauka.org/library/classic/leyster.php>

Лиотар, Ж.-Ф. 1994. Ответ на вопрос: что такое постмодерн? Москва.

Липсет, М. 2016. Политический человек: социальные основания политики. Москва. Мысль. 50.

Логинов, А. В. 2014. Концепция постдемократии: перспективы развития. Вестник РГГУ. Философия. Социология. Искусствоведение. 10, 121-128.

Маев, Г. 2004. Грамши о Гегемонии. Альманах «Восток». 9.

Мамычев, А. Ю., Филиппова, М. К., Самойличенко, А. К. 2016. Постдемократическое развитие современной политической системы: глобальные и социокультурные тренды. Азимут научных исследований: экономика и управление. Т. 5. 3 (16),. 242-245.

Маркузе, Г. 1994. Одномерный человек. Москва. REFL–book. 23.

Морозов, А. В. 2019. Ответ на вопрос: что такое постправда? Перспектива проблематологии. Горизонты гуманитарного знания. 3, 93-105.

Мусихин, Г. 2013. Очерки теории идеологий. Москва. Издательский дом ГУ ВШЭ. 104.

Ницше Ф. Об истине и лжи во внеэтичном смысле. URL: <http://nietzsche.ru/works/other/about-istina/>.

Ноэль-Нойман, Э. 1996. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Москва. Прогрес-Академия, Весь Мир. 35.

Плюралистические теории истины. URL: <https://plato.stanford.edu/Entries/truth-pluralist/>

Политика постправды в современном мире. 2017. Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции с международ-

ным участием «Политика постправды и популизм в современном мире» 22–23 сентября 2017 года. Под ред. О. В. Поповой. Санкт-Петербург. Скифия-принт.

Почепцов, Г. Г. 2014. Постжурналистика: новые реалии XXI века. Relga. 1.

Приколота, М. Д. 2017. Постправда в контексте послевоенных критических политических теорий. Политика постправды в современном мире. Санкт-Петербург. Скифия-принт.

Райх, В. 2004. Психология масс и фашизм. Москва. АСТ.

Товбин, К. М. 2013. Постполитика в традиционалистском изложении. PolitBook. 3, 179-191.

Уэбстер, Ф. 2004. Теории информационного общества. Москва. Аспект Пресс. 333, 331.

Фейерабенд, П. 2007. Против метода. Очерк анархистской теории познания. Москва. АСТ; АСТ МОСКВА; ХРАНИТЕЛЬ. 25-26.

Фуко, М. 1994. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Санкт-Петербург.

Фуко, М. 1996. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Москва.

Хабермас, Ю. 2008. Философский дискурс о модерне. Москва. Весь Мир. 117–142.

Харари, Ю. Н. 2019. 21 урок для XXI века. Москва. Синдбад.

Хоркхаймер, М., Адорно, Т.В. 1997. Понятие просвещения // Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. Москва; Санкт-Петербург. Медиум, Ювента. 26.

Чугров, С. В. 2017. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? ПОЛИС. Политические исследования. 2. 42.

Широкоград, А. Б. 2007. Русские пираты. Москва. Вагриус. 31–32.

Шушпанова, И. С. 2018. «Постправда» в социальной реальности: риски и угрозы. Социологические исследования. 12, 94-104.

Щербинина, Н. Г. 2017. Правда и постправда как информационно-политические феномены. Политика постправды в современном мире. Санкт-Петербург. Скифия-принт.

Энциклопедия методов пропаганды. (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама). URL: https://www.compromat.ru/page_16233.htm

Altheide, D. L., Snow, R. P. 1991. Media Worlds in the Postjournalism Era. New York, Aldine de Gruyter.

Anatomy of a Trump rally: 76 percent of claims are false, misleading or lacking evidence. URL: <http://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2018/07/10/anatomy-of-a-trump-rally-76-percent-of-claims-are-false-misleading-or-lacking-evidence/?utmterm=.a846309f7129>

Benen, S. 2020. Life During a Post-Policy Presidency. Lilerary Hub. June 17. URL: <https://lithub.com/life-during-a-post-policy-presidency/>

Crouch, C. 2004. Post-Democracy. Cambridge, Polity Press.

Dahl, R., Stinebrickner, B. 2010. Modern Political Analysis. New Delhi: PHI Learning Private Limited.

Habermas, J. 2011. Europe's Post-Democratic Era. The Guardian. 10.

URL: <https://www.the-guardian.com/commentisfree/2011/nov/10/jurgen-habermas-europe-post-democratic>

Katz, P. P. 1982. Intelligence for Psychological Operations. Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations. New-York.

Laudan, L. 1977. Progress and Its Problems. London: Routledge & Kegan Paul.

McIntyre, L. 2018. Post-Truth. Cambridge, MA, MIT Press.

McLaurin, R. D. 1982. Planning for Persuasion. Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations. New-York.

McLaurin, R. D. 1982. The Role of Research in Psychological Operations. Military Propaganda. Psychological Warfare and Operations. New-York.

Niiniluoto, I. 1984. Is Science Progressive? Dordrecht: Springer-Science + Business Media, B.V.

Post-truth politics. Grist. URL: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>

Reich, W. 1946. The Mass Psychology of Fascism. New York: Oregon Institute Press. 7.

Slob, W.H. 2002. Dialogical Rhetoric. An Essay on Truth and Normativity after Postmodernism. Dordrecht: Springer-Science+Business Media, B.V.

Word of the Year. 2016. English oxford living dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>

Об авторе:

ДЗЯЛОШИНСКИЙ Иосиф — доктор филологических наук, член Правления Национальной ассоциации исследователей массмедиа, действительный член Евразийской академии телевидения и радио, член редакционного совета Российской коммуникативной ассоциации, imd2000@yandex.ru.

PUBLIC OPINION IN THE POST-TRUTH ERA

Abstract: The article is devoted to the analysis of the category “post-truth”, which is actively used in modern studies of the processes of formation of public opinion. The epistemological and social reasons for the emergence of this category are revealed, the connection of this category with the concepts of “propaganda” and “parajournalism” is shown. It is shown that post-truth is a product of the long development of subjectivist concepts of interpreting the world in isolation from the world itself. In the logic of post-truth, the world appears as a product of emotions and faith, which allows the formation of public opinion without regard to reality.

Key words: truth, post-truth, propaganda, media.

About the author:

DZIALOSHINSKII Iosif (Moscow, Russian Federation) — Dr. of Philol. (DSc), vice-rector for Science of the Academy of Communication and Information, member of the board of the National Association of Mass Media Researchers, full member of the Eurasian Academy of Television and Radio, member of the editorial board of the Russian Communication Association, imd2000@yandex.ru.

POST-HAQIQAT DAVRIDAGI JAMOATCHILIK FIKRI

Annotatsiya: Maqola jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonlarini zamonaviy tadqiqotlarda faol qo'llaniladigan "post-haqiqat" toifasini tahlil qilishga bag'ishlangan. Ushbu toifaning paydo bo'lishining gnoseologik va ijtimoiy sabablari ochib berilgan, ushbu toifaning "targ'ibot" va "parajurnalistika" tushunchalari bilan aloqasi ko'rsatilgan. Ko'rsatilishicha, post-haqiqat dunyoni dunyoning o'zidan ajratilgan holda talqin qilishning sub'ektivistik kontseptsiyalarining uzoq rivojlanishining mahsulidir. Post-haqiqat mantig'ida dunyo hissiyotlar va e'tiqod mahsuli sifatida namoyon bo'ladi, bu esa voqelikni hisobga olmasdan, jamoatchilik fikrini shakllantirish imkonini beradi.

Kalit so'zlar: haqiqat, post-haqiqat, propaganda, ommaviy axborot vositalari.

Muallif haqida:

DZIALOSHINSKII Iosif (Moskva, Rossiya Federatsiyasi) — filol fanlari doktori. (DSc), Aloqa va axborotlashtirish akademiyasining fan bo'yicha prorektori, Ommaviy axborot vositalari tadqiqotchilari milliy assotsiatsiyasi boshqaruvi a'zosi, Yevroosiyo televideniye va radio akademiyasining haqiqiy a'zosi, Rossiya aloqasi tahririyati a'zosi Uyushma, imd2000@yandex.ru.