

Феномен постправды в современной медиасреде: вызовы и реакции

УДК 304.444



Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ,
кандидат
филологических наук

Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ. Феномен постправды в современной медиасреде: вызовы и реакции. Рассматривается феномен постправды в цифровой медиасреде, обусловленный кратным ростом числа продуцентов контента, перенасыщением информационного поля тенденциозными нарративами и «альтернативными фактами». Вследствие чего объективные факты оказываются менее весомыми для общественного мнения в сравнении с эмоциями и персональными убеждениями. Постправда негативно влияет на восприятие реальности. Автор выделяет направления противодействия этому феномену – законодательное регулирование и фильтрация трафика, создание качественного контента, медиаграмотность.

Ключевые слова: постправда, фейковые новости, медиaprостранство, социальные сети, информационное общество, медиаграмотность.

Mikhail VALKOVSKY. The post-truth phenomenon in the modern media environment: challenges and responses. The post-truth phenomenon in the digital media setting is attributed to the exponential growth in the number of content producers, the oversaturation of the media landscape with tendentious narratives and 'alternative facts'. As a result, objective facts are overshadowed by emotions and personal convictions. Post-truth distorts the perception of reality. The author suggests challenging this phenomenon by legislative regulation and traffic filtering, the creation of high-quality content, media literacy.

Keywords: post-truth, fake news, media space, social media, information society, media literacy.

Постправда и истина

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, появление новых платформ, мессенджеров и видеохостингов привело к экспоненциальному росту объемов производства и потребления информации, обусловило тектонические подвижки и коренное изменение медиаландшафта.

С усложнением современного информационного общества число фейков и дезинформации многократно увеличилось, их совокупность поднялась на новую ступень, вызвала к жизни феномен постправды, когда

[ОБ АВТОРЕ]

ВАЛЬКОВСКИЙ Михаил Александрович.

Родился в 1958 году в д. Барколабово Быховского района Могилевской области. Окончил Белорусский государственный университет (1979), Академию управления при Президенте Республики Беларусь (2003).

Работал заведующим сектором СКТБ с ОП Минторга БССР (1979–1993), обозревателем отдела экономики редакции газеты Мингорсовета «Добры вечар» (1993–1995). С 1995 по

2019 год – первый заместитель главного редактора в редакции газеты «Рэспубліка». В настоящее время – доцент кафедры международной журналистики факультета журналистики БГУ.

Кандидат филологических наук (2015), доцент (2018).

Автор около 50 научных работ, десяти книг (в соавторстве).

Сфера научных интересов: информационное общество, международная журналистика, медиапотребление информации аудиторией, медиаграмотность.

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 включить 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. навук.-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. навук.-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.