

УДК 070:004

DOI: 10.28995/2686-7249-2023-10-146-156

Постправда как угроза медиабезопасности в условиях цифровой трансформации

Дарья В. Неренц

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, ya.newlevel@yandex.ru*

Аннотация. Одним из следствий создания современной системы информационного обмена, включающей в себя и централизованные (СМИ), и распределенные (социальные сети) источники информации, является развитие манипулятивных техник формирования общественного мнения, совокупность которых совместно со ставшим уже привычным фейковым контентом получила название «постправда». В эпоху постправды каждый человек может найти факты и гипотезы, полностью отвечающие его желаниям и подтверждающие его позицию и при этом крайне далекие от истины. Статья посвящена феномену постправды в условиях развития информационно-коммуникационных технологий и современного общественно-политического дискурса. В частности, рассмотрено понятие «постправда» и его характерные черты, изучена роль постправды в современном информационном пространстве, представлены способы нейтрализации влияния постправды на мнения и суждения аудитории.

Ключевые слова: постправда, медиaprостранство, СМИ, дискурс, фейк, дезинформация, псевдоинформирование, статистика

Для цитирования: Неренц Д.В. Постправда как угроза медиабезопасности в условиях цифровой трансформации // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2023. № 10. Ч. 2. С. 146–156. DOI: 10.28995/2686-7249-2023-10-146-156

Post-truth as a threat to media safety in the context of digital transformation

Daria V. Nerents

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
ya.newlevel@yandex.ru*

Abstract. One of the consequences of the modern system of information exchange, which includes both centralized (mass media) and distributed (social networks) sources of information, is the development of manipulative

© Неренц Д.В., 2023

techniques of the public opinion formation, the totality of which, together with the fake content that has become commonplace, is called “post-truth”. In the era of post-truth, every person can find facts and hypotheses that fully meet his or her desires and confirm his or her position, and yet are extremely far from the truth. The article deals with the phenomenon of post-truth in the conditions of development of information and communication technologies and modern socio-political discourse. In particular, the concept of “post-truth” and its characteristic features are considered, the role of post-truth in the modern information space is studied, the ways of neutralizing the influence of post-truth on the opinions and judgments of the audience are presented.

Keywords: post-truth, media space, mass media, discourse, fake, disinformation, pseudo-information, statistics

For citation: Nerents, D.V. (2023), “Post-truth as a threat to media safety in the context of digital transformation”, *RSUH/RGGU Bulletin, “Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies” Series*, no. 10, part 2, pp. 146–156, DOI: 10.28995/2686-7249-2023-10-146-156

Введение

За последние три года в условиях информационной войны и попыток оказать негативное влияние на российскую аудиторию со стороны западных стран (во многом за счет информационного поля) актуализировались медиаугрозы, которые с непрерывным развитием информационно-коммуникационных технологий стали представлять опасность на нравственно-мировоззренческом уровне. Речь идет прежде всего о фейковом контенте, который благодаря искусственному интеллекту (ИИ) все труднее распознать, а также о феномене постправды, который пользователи зачастую ошибочно отождествляют с лживой, недостоверной информацией. Однако постправда представляет собой иное явление, способное оказать существенное влияние на формирование общественного мнения.

В 2016 г. «постправда» была объявлена «словом года»¹. Неслучайно это понятие получило широкую известность именно тогда, ведь новый толчок к развитию данного явления дала информационная политика Д. Трампа, который общался со своими избирателями и сторонниками не на языке фактов, а на языке личных предубеждений и эмоций, тем самым делая правдивый и проверенный контент невостребованным и непопулярным.

¹ См.: «Постправда» стало словом года по версии Оксфордского словаря // ТАСС. 16.11.2016. URL: <https://tass.ru/obschestvo/3787970> (дата обращения 07.07.2023).

В слове «постправда» важное значение имеет префикс «пост». В таких понятиях, как «послеродовой» или «послеоперационный», префикс указывает на хронологическую последовательность, момент после определенной ситуации или события. В понятиях «постмодернизм» или «постправда» префикс указывает на время, когда определенная идея становится избыточной и теряет свою актуальность. Такая практика сложилась еще в середине XX в., когда появились слова «постнациональный» (1945 г.) или «пострасовый» (1971 г.) [Vufacchi 2020]. По аналогии с этими понятиями в слове «постправда» префикс является не отсылкой к ушедшему времени, а утверждением, что «правда» как отражение действительности уже не первостепенна и начинает заменяться новой реальностью, где чье-то мнение зачастую становится важнее.

Таким образом, важными задачами становятся осмысление роли постправды в формировании информационной картины мира международного сообщества и выделение способов нейтрализации эффекта постправды для сохранения возможности четкого разграничения мнения от факта.

Постправда: определение и характерные черты

Прежде чем представить понимание постправды, стоит разобраться со значением понятия «правда» и ее отличительными характеристиками. Классическое толкование правды (или истины) в философском понимании звучит как адекватное отображение действительности. Однако с прагматической точки зрения в период активного развития информационно-коммуникационных технологий и ИИ, а также если рассматривать это понятие в контексте деятельности медиа, более предметным представляется точка зрения И.М. Дзялошинского, который отмечает, что реальность у каждого человека своя, как и связи, поскольку любая реальность является результатом коммуникаций [Дзялошинский 2012]. Точка зрения человека и его оценка степени правдивости получаемой информации – это совокупность интерпретаций человека, обусловленных уровнем интеллекта, степенью развитости воображения, жизненным опытом, мировоззренческими и нравственными позициями, характером. В паремнологическом фонде русского языка такие выражения, как «Истина одна, а правд много» или «У всякого Павла своя правда», подтверждают субъективный характер правды, зависящий от точки зрения индивида.

С.А. Лишаев указывает, что «суждение о правде – это всегда практическое, оценочное суждение, оно эмоционально окрашено и обращается не только к разуму, но также к сердцу и воле» [Лишаев 2006, с. 177]. Современного человека не смущает широкая палитра мнений и фактов, представленная в современном медиапространстве, но только пока она гармонирует с его моделью мира и пониманием реальности. В случае возникновения когнитивных диссонансов либо происходит отторжение текста (несогласие), либо запускается процесс переосмысления собственных установок [Ерофеева 2014, с. 89].

О.В. Лещак предложил четыре типа правды по принципу породившей ее когнитивной процедуры [Лещак 2018, с. 179–180]:

- 1) мнение (интуитивная – эмоциональная или рациональная – оценка, основанная на опыте и личных взглядах человека);
- 2) эмпирическая уверенность/предположение (эмоциональная или рациональная оценка, основанная на дискурсивном эталоне [представлении о том, как должно быть]);
- 3) рациональное убеждение/гипотеза (рационально-дискурсивная оценка, основанная на интуитивном представлении о том, как это должно быть);
- 4) рациональное знание (рациональная оценка, построенная на рационально-дискурсивном эталоне, т. е. четком понимании того, как это должно быть).

В общественно-политической сфере правда по определению должна быть подчинена общественному благу (намеренное сокрытие фактов, оговорки, недомолвки, фрагментарная подача информация с целью манипуляции общественным мнением могут преследовать разные цели, среди которых – идея защиты граждан, недопущение паники и массовых беспорядков, поддержание единения национальной мысли). Правда в этом аспекте обычно представляет собой общественный договор исключительно эмоционального характера. Сценарист Дж. Линн точно выразил суть правды в политике своим утверждением: «В политике слово “правда” означает любое утверждение, лживость которого не может быть доказана»². Иными словами, можно сказать, что любые утверждения политического деятеля его сторонники будут принимать как непреложную истину, в то время как доказательства и факты, представленные оппонентами, будут проигнорированы. Именно такая ситуация наиболее точно характеризует эпоху постправды, где важна не правда, а правильно преподнесенная информация,

² Цитаты // Socratify.net. URL: <https://socratify.net/quotes/dzhonatan-linn/138635> (дата обращения 07.07.2023).

правдивость которой невозможно проверить. В связи с этим можно говорить о правдоподобной лжи, в которую аудитория легко может поверить, особенно при лояльном отношении к источнику.

Подобная ложь как элемент эпохи постправды может возникать по двум причинам: синергетическим (из-за невозможности верифицировать информацию) и кибернетическим (целенаправленное введение в заблуждение) [Лещак 2018, с. 186]. В таком случае первый вариант предполагает мифологизацию информации (от незначительного ситуативного заблуждения до тотальной веры в информацию, которая максимально правдоподобна [миф]). Второй вариант – дезинформация (которая также может быть как ситуативным вымыслом, там и мистификацией [неправда, но с наивысшей степенью правдоподобия]).

Еще в 1974 г. М. Мазур в труде «Качественная теория информации» противопоставил трансформирование (правдивое освещение событий) трем способам доносить ложную информацию максимально убедительно: параинформированию, псевдоинформированию и дезинформированию [Мазур 1974].

Параинформирование представляет собой непреднамеренное, неудачное информирование, вызванное различиями информационных возможностей (получатель приписывает отправителю смыслы, которые тот не вкладывал, или, наоборот, получатель не понимает или не осознает смысла, который отправитель пытался вложить в сообщение). Псевдоинформирование также является непреднамеренной ложью и создается в ситуации, когда отправитель неудачно формулирует свое сообщение, что не позволяет получателю его адекватно интерпретировать (особенно остро это может проявиться, если сообщение является «информационным шумом», содержит много повторов мысли, лишних сведений, наблюдается уход от темы). Дезинформирование носит преднамеренно ложный характер, поскольку отправитель сообщения специально вводит получателя в заблуждение.

Эпоха постправды позволяет успешно составлять ложные сообщения, будь то мистификации (фейки), агрессивные и провокационные сообщения (троллинг, флейм), множественность несодержательных сообщений (флуд), преднамеренный уход от темы (оффтоп) или фрагментарная подача информации, утаивание. Аудитория по-разному воспринимает подобные материалы: все зависит от уровня медиаграмотности, критического отношения, внимательности и опыта.

Резюмируя вышесказанное, можно заключить, что постправда представляет собой преднамеренную информационную стратегию, направленную на создание среды, в которой объективные факты

оказывают меньшее влияние на формирование общественного мнения, нежели чьи-то субъективные суждения, где теоретические основы подрываются, чтобы сделать невозможным для кого-либо понимание определенного события, явления или опыта. При этом постправде свойственны стереотипность (указание на негативные стереотипы для укрепления отрицательного отношения к чему-либо), потребительство (развлекательный характер материалов для привлечения массовой аудитории, кричащие заголовки, не отражающие сути материала), мифологичность (представление выдуманной истории как реальности), симулятивность (фикция позиционируется как факт, а правдоподобие – как научная истина).

Роль постправды в современном информационном пространстве

С начала специальной военной операции на Украине (СВО) в феврале 2022 г. все острее становится ситуация, когда спекулятивная информация представляется в медиaprостранстве как опытная, неправда преподносится как факт, а правдоподобные данные позиционируются как правда (часто со ссылкой на неких авторитетных лиц, которые, как правило, никому не известны на самом деле). Все активнее становится продвижение в общественный дискурс мистификаций или фейков (в 2022 г. было выявлено 4 тыс. уникальных фейков, а общее число копий фейковых материалов составило около 10 млн). Значительное количество информации было связано с введением санкций и прогнозируемым крахом российской экономики. В 2023 г. основными темами фейков стали сообщения о возможной угрозе ракетного удара, частичной мобилизации, дефицита медицинских препаратов и возможной блокировке YouTube³.

Рейтинговая, опросная, статистическая и вообще количественная информация, носящая вторичный характер, представляется как факты о действительности. И так получается, что статистические данные в разного типа дискурсах могут ставить перед собой совсем иную цель, нежели представление реального положения дел. Статистические данные собираются людьми, они же выбирают, как и что считать, какими результатами делиться и каким образом их интерпретировать. Так статистика становится орудием постправды. Стоит вспомнить в связи с этим известное и сегодня как никогда

³ См.: В России число фейковых новостей к 2024 году может вырасти более чем в два раза // ТАСС. 21.03.2023. URL: <https://tass.ru/obschestvo/17323553> (дата обращения 11.07.2023).

актуальное высказывание М. Твена: «Существуют три вида лжи: ложь, наглая ложь и статистика»⁴.

В медийном дискурсе ярким проявлением постправды является апеллирование к неисчислимому или неизмеримому (цель таких тезисов – привлечение внимания, попытка впечатлить аудиторию, сделать свое высказывание более весомым). Примерами подобных выражений могут послужить следующие фразы: я уверен на 100%; по статистике менее 50% населения используют...; большинство россиян; врачи говорят, что эпидемии не ожидается и т. п. Такие же приемы манипуляции характерны для политического дискурса, когда разные рейтинги или количественные показатели могут применяться для собственной пользы или для нанесения урона репутации соперника.

Постправда проявляется в СМИ в заголовках материалов, которые подводят читателя непосредственно к тексту и заставляют или проигнорировать, или прочесть его. Использование количественных слов в заголовках имеет значение в контексте манипуляции, поскольку они распространяют свою «объективность» и на само содержание материала [Нобис-Влязло 2018, с. 212]. Часто цифры, указанные в заголовках, никак не связаны с самим текстом (служат для привлечения внимания). Например, в материале на портале Lenta.ru под названием «Каждый третий россиянин оказался зависимым от пособий государства» о субсидиях и пособиях упоминается в числе прочего, а общая тема материала – отчет о доходах населения по результатам переписи населения 2021 г.⁵ Аудитория нередко интересуется кликбейтными заголовками («5 способов выглядеть моложе»; «Топ главных трендов лета 2023»; «Ложка этого чудо-средства и вы избавитесь от любой болезни» и пр.), так называемая тизерная реклама по-прежнему эффективна, поскольку нежелание рефлексировать над увиденным, самостоятельно анализировать и критически осмысливать информацию делают аудиторию уязвимой перед манипуляторами, и постправда постепенно вытесняет все попытки донести истину в информационном пространстве. Одна из главных причин заключается в том, что массовая аудитория не в состоянии верифицировать информацию и оценить ее правдивость. Одним из ключевых свойств «постправдивых» сообщений является невозможность их проверки.

⁴ Цитаты про статистику // Citaty.su. URL: <https://citaty.info/topic/statistika> (дата обращения 01.07.2023).

⁵ См.: Каждый третий россиянин оказался зависимым от пособий государства // Lenta.ru. 12.01.2023. URL: <https://lenta.ru/news/2023/01/12/posobie/> (дата обращения 16.07.2023).

Способы нейтрализации эффекта постправды

С влиянием эффекта постправды можно бороться на двух уровнях: институциональном и моральном.

На институциональном уровне воздействие постправды нейтрализуется двумя способами.

Во-первых, путем консолидации сдержек и противовесов между тремя основными ветвями власти: исполнительной, законодательной и судебной. В последние годы появляются прецеденты усиливающих нападок на конституционное разделение трех ветвей власти со стороны недобросовестных политиков, которые полагают, что те, кто представляет исполнительную власть, имеют право осуществлять контроль над судебной системой. Невозможно в связи с этим не вспомнить уголовное преследование Д. Трампа, которому грозит серьезный срок лишения свободы по целому ряду статей. Судебный процесс превратился в настоящее шоу, за которым следит весь мир. Сам бывший президент США назвал этот процесс политическим преследованием и вмешательством в выборы⁶.

Во-вторых, степень влияния постправды может быть уменьшена на институциональном уровне путем укрепления четвертой ветви власти, т. е. журналистики. Крайне важно, чтобы СМИ оставались независимыми от исполнительной власти. Необходимо принять меры, которые не позволят человеку или корпорации контролировать распространение информации путем монопольного или непропорционального влияния на средства массовой информации. Помимо этого, активно развивается процесс так называемой медиатизации, при котором массмедиа усиливают влияние на различные сферы деятельности, включая политическую, и проникают в них. Восприятие и знание политики становятся все более медиатизированными. И здесь проблема не только в том, что технологические инновации сделали возможным немедленное и повсеместное потребление медиаконтента, но и в том, что медиаконтент стал в высшей степени персонализированным. Отличает нынешнее состояние политики от прошлого то, что сегодня существует полное дерегулирование как в области формирования информации, так и доступа к ней. И. Калпокас отмечает, что «политика, коммуникация и развлечения легко

⁶ См.: Трамп назвал обвинения против него политическим преследованием и вмешательством в выборы // Lenta.ru. 31.03.2023. URL: <https://lenta.ru/news/2023/03/31/trumpp/> (дата обращения 08.07.2023).

становятся трудноразличимыми, подчиняясь внутренней логике СМИ и способствуя развитию постправды, основанной на опыте» [Kalpokas 2019, с. 54].

На моральном уровне необходимо помнить о ценностных ориентирах и этике. Здесь важно осознание своей ответственности за распространение постправды. Не только СМИ являются причиной активного распространения постправды: потребители информации также несут моральную ответственность. Критическое осмысление получаемых сведений, серьезное отношение к источникам и проверка данных, осознанное неприятие недостоверных или сомнительных заявлений будут способствовать снижению эффекта постправды и нивелированию субъективных оценок происходящих событий.

Заключение

В медиaprостранстве XXI в. все очевиднее преобладание мнения над фактом. Интересно поданная и эмоционально яркая информация становится заметна и импонирует аудитории в отличие, например, от фактов, требующих интерпретации и дополнительных знаний. Однако нередко и реальный факт может оказаться неверно понят и осмыслен.

Если аудитория начнет четко различать факт и фактоид (несуществующий факт или сообщение, где правдива только часть), то перестанет воспринимать как нечто реальное неясные источники, сомнительные заявления, недостоверный контент. Парадоксально, что эпоха постправды заставляет аудиторию ориентироваться на собственный опыт и доверять мнению мнимых авторитетов или неких очевидцев произошедшего, нередко игнорируя здравый смысл и рациональное восприятие. В связи с этим как никогда очевидна дальнейшая необходимость повышения уровня медиаграмотности и объяснение людям необходимости критического осмысления всей поступающей информации.

Литература

- Дзялошинский 2012 – *Дзялошинский И.М.* Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 571 с.
- Ерофеева 2014 – *Ерофеева И.В.* Правда и истина в пространстве медиатекста: дихотомия справедливости // Гуманитарный вектор. 2014. № 4 (40). С. 84–91.

- Лецак 2018 – *Лецак О.* Правда и постправда в информационном и коммуникативно-дискурсном аспекте // Правда – неправда – постправда: Сб. науч. тр. проекта NOT ONLY. NOT ONLY 2018: Теория и практика гуманитарных исследований. М.: РАНХиГС, 2018. С. 164–200.
- Лишаев 2006 – *Лишаев С.А.* «Правда» и «истина» (языковая концептуализация мира и тематическое своеобразие русской философии) // Вестник Самарской гуманитарной академии. 2006. № 1 (4). С. 173–209.
- Мазур 1974 – *Мазур М.* Качественная теория информации. М.: Мир, 1974. 238 с.
- Нобис-Влязло 2018 – *Нобис-Влязло К.* Правда, неправда и постправда в количественном измерении // Правда – неправда – постправда: Сб. науч. тр. проекта NOT ONLY. NOT ONLY 2018: Теория и практика гуманитарных исследований. М.: РАНХиГС, 2018. С. 201–215.
- Bufacchi 2020 – *Bufacchi V.* Truth, lies and tweets. A consensus theory of post-truth // *Philosophy & Social Criticism*. 2020. Vol. 47. Iss. 3. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0191453719896382#body-ref-fn7-0191453719896382> (дата обращения 08.07.2023).
- Kalpokas 2019 – *Kalpokas I.* A political theory of post-truth. Berlin: Springer, 2019. 135 p.

References

- Bufacchi, V. (2020), “Truth, lies and tweets. A consensus theory of post-truth”, *Philosophy & Social Criticism*, vol. 47, iss. 3, available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0191453719896382#body-ref-fn7-0191453719896382> (Accessed 8 July 2023).
- Dzyaloshinskii, I.M. (2012), *Communicative influence. Targets, strategies, technologies* [Kommunikativnoe vozdeistvie: misheni, strategii, tekhnologii], NIU VShE, Moscow, Russia.
- Erofeeva, I.V. (2014), “Truth and verity in the media text space. The dichotomy of justice”, *Humanitarian vector*, vol. 40, no. 4, pp. 84–91.
- Kalpokas, I. (2019), *A political theory of post-truth*, Springer, Berlin, Germany.
- Leshchak, O. (2018), “Truth and post-truth in information and communicative-discourse aspect”, in *Pravda – nepravda – postpravda: Sbornik nauchnykh trudov proekta NOT ONLY. NOT ONLY 2018: Teoriya i praktika gumanitarnykh issledovaniy* [Truth – untruth – post-truth. A collection of research papers of the NOT ONLY project. NOT ONLY 2018: Theory and practice of humanitarian research], RANKHiGS, Moscow, Russia, pp. 164–200.
- Lishaev, S.A. (2006), “‘Truth’ and ‘ultimate truth’ (linguistic conceptualization of the world and thematic uniqueness of Russian philosophy)”, *Vestnik Samarskoi gumanitarnoi akademii*, vol. 4, no. 1, pp. 173–209.
- Mazur, M. (1974), *Kachestvennaya teoriya informatsii* [Qualitative information theory], Mir, Moscow, USSR.

Nobis-Vlyazlo, K. (2018), "Truth, untruth and post-truth in quantitative measurement", in *Pravda – nepravda – postpravda: Sbornik nauchnykh trudov proekta NOT ONLY. NOT ONLY 2018: Teoriya i praktika gumanitarnykh issledovaniy* [Truth – untruth – post-truth. A collection of research papers of the NOT ONLY project. NOT ONLY 2018: Theory and practice of humanitarian research], RANKHiGS, Moscow, Russia, pp. 201–215.

Информация об авторе

Дарья В. Неренц, кандидат филологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; Россия, Москва, 125047, Миусская пл., д. 6; ya.newlevel@yandex.ru

Information about the author

Daria V. Nerents, Cand. of Sci. (Philology), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125047; ya.newlevel@yandex.ru