

Постправа: концептуальні та праксеологічні виміри

Висоцький О. Ю., Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Стаття ставить проблему постправи, осмислюючи її в концептуальних та праксеологічних вимірах. Автор доводить, що постправа є інформаційною та політичною технологією, що діє через використання механізмів змішування істинного з хибним, емоціоналізації, політейнменту, популізму, когнітивних спотворень масової свідомості, актуалізації та об'єктивації бажань з метою забезпечення симпатій широкої аудиторії до її джерела, а також легітимації певного роду політики та її суб'єктів. На відміну від правди, яка корелює з об'єктивною істиною, постправа, репрезентуючи альтернативний погляд та оцінку реальності, робить ставку на ірраціональні аспекти свідомості та поведінки людини, на її егоїстичні інтереси, знаходячи виправдання свого існування в результативності та ефективності своєї дії. Ствердженню постправи як єдиної правильної інтерпретаційної версії реальності допомагає ефект спіралі мовчання та ефект когнітивного дисонансу. Ставлення до постправи визначається місцем у структурі владних відносин, які породжують та підтримують відповідний наратив. Для суб'єкта постправи нарація визначається її результативністю та ефективністю. Для реципієнтів – її здатністю задовольняти бажання, інтереси та почуття. В суспільно-політичному просторі постправа виступає як новий вид пропаганди, що виправдовує морально сумнівну політику майбутніми вигодами її реалізації для більшості суспільства на шкоду політичним суперникам, а також національним та релігійним меншинам. Фактично, доба постправи визначається тим, що політика припиняє орієнтуватися на універсальну справедливість, стає політикою зневаги до меншин та громадян інших країн.

Ключові слова: *постправа; політична пропаганда; повідомлення; наратив; політейнмент; популізм; громадська думка; когнітивні спотворення; політичні технології*

Post-truth: conceptual and praxiological dimensions

Vysotskyi O. Y., The Oles Honchar Dnipro national university

The article raises the problem of post-truth that is interpreted in conceptual and praxeological dimensions. The author proves that post-truth is an information and political technology that operates through the use of mechanisms of mixing the true with the false, emotionalizing, politainment, populism, cognitive distortions of mass consciousness, actualization and objectification of desires in order to ensure the sympathy of a wide audience to its source, as well as the legitimization of a certain kind of policy and its subjects. In contrast to the truth, which correlates with objective truth, post-truth, presenting an alternative view and assessment of reality, relies on the irrational aspects of human consciousness and behavior, his/her selfish interests, finding justifications for its existence in the effectiveness and efficiency of its action. The assertion of post-truth as a single correct interpretation of reality is helped by the effect of the spiral of silence and the effect of cognitive dissonance. The attitude to post-truth is determined by the place in the structure of power relations that generate and maintain the corresponding narrative. From the standpoint of the subject, a post-truth narrative is defined by its effectiveness and efficiency. From the recipient's point of view, a post-truth narrative is defined by its ability to satisfy desires, interests, and feelings. In the socio-political space, post-truth plays a role as a new type of propaganda, which justifies the morally questionable policy of future benefits of its implementation for the majority of society to the detriment of political rivals, as well as national and religious minorities. In fact, the era of post-truth is determined by the fact that politics ceases to focus on universal justice, becomes a politics of disregard for minorities and citizens of other countries.

Keywords: *post-truth; political propaganda; message; narrative; politainment; populism; public opinion; cognitive biases; political technologies*

Постправда: концептуальные и праксеологические измерения

Высоцкий А. Ю., Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

Статья ставит проблему постправды, осмысливая ее в концептуальных и праксеологических измерениях. Автор доказывает, что постправда является информационной и политической технологией, которая действует путем использования механизмов смешивания истинного с ложным, эмоционализации, политейнмента, популизма, когнитивных искажений массового сознания, актуализации и объективации желаний с целью обеспечения симпатий широкой аудитории к ее источнику, а также легитимации определенного рода политики и ее субъектов. В отличие от правды, которая коррелирует с объективной истиной, постправда, представляя альтернативный взгляд и оценку реальности, делает ставку на иррациональные аспекты сознания и поведения человека, его эгоистические интересы, находя оправдания своего существования в результативности и эффективности своего действия. Утверждению постправды как единой правильной интерпретационной версии реальности помогает эффект спирали молчания и эффект когнитивного диссонанса. Отношение к постправде определяется местом в структуре властных отношений, которые порождают и поддерживают соответствующий нарратив. Для субъекта постправдивая наррация определяется ее результативностью и эффективностью. Для реципиентов – ее способностью удовлетворять желания, интересы и чувства. В общественно-политическом пространстве постправда выступает как новый вид пропаганды, что оправдывает морально сомнительную политику будущими выгодами ее реализации для большинства общества в ущерб политическим соперникам, а также национальным и религиозным меньшинствам. Фактически, эпоха постправды определяется тем, что политика прекращает ориентироваться на универсальную справедливость, становится политикой пренебрежения к меньшинствам и гражданам других стран.

Ключевые слова: *постправда; политическая пропаганда; сообщение; нарратив; политейнмент; популизм; общественное мнение; когнитивные искажения; политические технологии*

Постановка проблеми.

У листопаді 2016 року укладачі Оксфордських словників оголосили «постправду» словом року. Веб-сторінка Оксфордських словників визначила це слово як прикметник, «що відноситься або вказує на обставини, за яких об'єктивні факти є менш впливовими у формуванні громадської думки, ніж апеляції до емоцій або особистих переконань» [12]. Насправді поняття постправди функціонує доволі давно, але у зв'язку з референдумом щодо виходу Великобританії з ЄС та президентською виборчою кампанією в США у 2016 р., цей термін набув розповсюдження та став асоціюватися переважно зі словосполученням «політика постправди». Широке розповсюдження поняття «постправда» актуалізувало проблему визначення сутності, природи та ролі явища в суспільно-політичних процесах, що позначається цим поняттям.

Аналіз досліджень і публікацій.

Останнім часом осмисленню феномену постправди присвятив свої публікації ряд авторів, серед яких Дж. Болл [1], М. Д'Ансона [2], Р. Кейес [4], Д. Левігін [5], Б. Маккоміскі [6], Л. Макінтайр [7], А. Рабін-Хавт [9], Н. Рудакова [10], К. Вілбер [11]. Більшість дослідників демонструє тенденцію бачити в постправді негативне

явище, породжене переважаючим авторитаризмом у політиці, занепадом демократичних інститутів та кризою громадського дискурсу. Не зважаючи на певну фундаментальність робіт, присвячених розгляду практики постправди, в них майже відсутнє прагнення концептуалізувати постправду, розкрити термінологічну сутність цього поняття як засобу опису нинішньої політичної реальності. Разом із тим, в літературі, присвяченій осмисленню постправди, практично не аналізується технологічна сутність цього феномену.

Мета дослідження – осмислити постправду в концептуальному та праксеологічному вимірах, окреслити денотат поняття постправди та визначити особливості функціонування позначеного ним явища в соціально-політичних відносинах.

Виклад основного матеріалу.

Правда – це знання, що заслуговує на довіру. На відміну від істини, що є об'єктивним відображенням дійсної фактичності та відповідає принципу науковості, правда в політичній сфері завжди виступала як суб'єктивна версія подій, але при цьому мала корелювати з об'єктивним істинним знанням та доведеними фактами. Правда в суспільно-політичному значенні не лише правильне, адекватне реальності, але й кра-

ще, морально належне. За доби модерну істина виступала відображенням загально визнаних та науково доведених закономірностей об'єктивної дійсності, тоді як правда відповідала за її смисли, визначала справедливість вчинків, порядків, взаємовідносин. На відміну від істини з її претензією на універсальну об'єктивність, правда завжди виступала як властиве певному суб'єкту чи групі суб'єктивне розуміння дійсності.

Постправа органічно виникає як складова та наслідок теоретико-концептуальної парадигми постмодернізму з його релятивізмом та розвінчанням будь-яких спроб влади проголосити та нав'язати єдину істину через ствердження метанаративу. Оскільки безпосереднього доступу до реальності не існує, немає і адекватних засобів її пізнання. Істина конструюється наратором, який має владу це робити. Оскільки реальність не доступна, істина визначається не через відповідність реальності. Такий критерій у постмодерністській рецепції виглядає абсурдним. Замість нього вступають у гру критерії результативності та ефективності. Так, сучасний політик працює, щоб отримати відповідний результат. Його не турбує відповідність його обіцянок та вихідних положень їх обґрунтування реальності. Якщо нарація працює, якщо вона зачіпає емоції, почуття та бажання потенційного виборця, вона стає істинною. Істина за доби постмодерну не знаходиться, не встановлюється, а конструюється та навіюється. Її можливості функціонувати саме як істини обумовлюються здатністю наратора переконати реципієнтів у істинності повідомлення. Своєю чергою, найбільша результативність переконання визначається конструктивістським потенціалом повідомлення. Простіше кажучи, наскільки реальність, що пропонована повідомленням, знаходить відгук у серцях та у головах реципієнтів. Проте конструктивістський потенціал повідомлення, звичайно, не вичерпується лише вдалим впливом на почуття, емоції та розум реципієнтів. Він полягає скоріше в пропозиції сприятливої стратегічної можливості майбутнього, що одночасно заперечує будь-які інші можливості.

Ситуація з постправдою певним чином ілюструється казкою Г. Х. Андерсена «Нове вбрання короля». Із усього натовпу реципієнтів владного повідомлення про нове вбрання короля лише маленький хлопчик, тобто суб'єкт, який не зазнав на собі впливу конструктивістського потенціалу владного наративу, усвідомлював, що король голий. Соціальні інтереси інших реципієнтів не

дозволяли їм за постправдою, що виходила від владного джерела, бачити її невідповідність фактичній реальності. Альтернативний погляд на реальність заперечувався конструктивістським потенціалом владного повідомлення, що визначало незгодних з його змістом дурними або невідповідними займаним посадам.

Ствердженню постправди як єдиної правильної інтерпретаційної версії реальності допомагає ефект спіралі мовчання, яку досліджувала Е. Ноель-Нойман, та ефект когнітивного дисонансу, дію якого вивчав Л. Фестінгер. Виходячи з теорії Е. Ноель-Нойман, можна стверджувати, що індивід схильний утримуватися від висловлювання своєї думки, якщо відчуває, що знаходиться в меншості [8]. Відповідно до Л. Фестінгера, індивід шукає шляхи узгодженості своїх когніцій та настанов із власною поведінкою [3]. Підтримавши постправдивий наратив спочатку в силу його конструктивістського потенціалу, згодом індивід вимушений внаслідок прагнення уникнути когнітивного дисонансу продовжувати захищати його істинність. Більш того, якщо в ході відстоювання певної версії постправди з'явилися людські жертви, був витрачений час, гроші реципієнтів, був зроблений певний творчий внесок на користь її перемоги, відмова від неї може бути неможливою або нешвидкою.

Ставлення до постправди визначається місцем у структурі владних відносин, які породжують та підтримують відповідний наратив. Для суб'єкта постправдива нарація визначається її результативністю та ефективністю за принципом: «істинне, тому що працює». Для реципієнтів – її здатністю задовольняти бажання, інтереси та почуття за принципом: «істинне, тому що є бажаним». Постправа, отже, є відношенням між владним наратором та його реципієнтами стосовно сутності та характеру реальності, її складових, спрямованості, рушійних силах процесів, що її визначають, стратегії її перетворення.

З одного боку, постправа – це версія реальності, що сконструйована владним дискурсом за допомогою мас-медіа та поділяється суспільством чи окремою соціальною групою, з іншого – це твердження, що долає важливість фактів чи фактичної точності на користь емоційного переконання. Постправа є альтернативною істиною для комфортного самопочуття певної соціальної чи політичної групи, особливо маргінального характеру, для її самолегітимації та відстоювання своїх поглядів на розвиток соціальних та політичних відносин. Прикладом

можуть слугувати нацисти, ісламські фундаменталісти, терористи, різного роду кримінальні групи. Постправа є основою політики деяких держав, зокрема Росії. Ряд дослідників зводять постправду лише до суб'єктивної оцінки реальності, спотвореної недостатністю знань про неї чи фальшивими новинами.

У політичній сфері постправа пов'язується з популізмом та політейнментом. З популізмом її споріднює те, що вона ігнорує факти на догоду збудження емоцій, щоб притягнути широку аудиторію. Завдяки функціонуванню як певного роду розваги, що є продуктом споживання широких мас, яких більше цікавлять враження та задоволення, ніж нудні факти, постправа виступає видом політейнменту.

Поняття «політейнмент» походить від англійських слів «політика» («politics») і «розвага» («entertainment») та позначає явище перетворення сприйняття сфери політики на задоволення і забаву, на приємне проведення часу за рахунок привнесення компонентів театру, шоу, драми в політичний процес або політичними акторами, що намагаються сподобатися виборцям, або менеджерами мас-медіа, що прагнуть до залучення й утримання уваги аудиторії. У зв'язку з цим, політейнмент поділяється, відповідно, на дві основні взаємопов'язані форми – розважальну політику («entertaining politics») і політичну розвагу («political entertainment»). Політейнмент як розважальна політика є результатом медіатизації і професіоналізації політики, що характерно для сучасних демократій. Уряд, партії та політики прагнуть відповідати логіці діяльності мас-медіа і телевізійним форматам, щоб мати можливість розширення впливу на громадську думку з метою зміцнення та залучення більшої соціальної підтримки. Розважальна політика слугує посиленню іміджів політиків і партій, а також просуванню політичних ідей і тем, сприяючи схваленню публікою тих чи інших рішень, що іноді суперечать інтересам громадської більшості. Для того, щоб сьогодні панувати в медіапросторі, політичні актори мають вдаватися до інсценування політичних подій, театралізації заходів, пов'язаних з роботою різних органів влади, влаштування хепенінгів, емоційної виразності повідомлень, іронії, висміювання противників, повторення ефектних гасел, які фіксують прагнення подолати існуючу соціальну або національну несправедливість, використання вдалих словесних кліше, що створюють у реципієнта смислові дороговкази-якорі для інтерпретації

соціально-політичної реальності. Звичним стала поява політиків на різних ток-шоу.

Розважальна політика через те, що змушує реципієнтів ідентифікувати себе з політичними персонажами і співпереживати їм, домагається залучення навіть таких представників суспільства, які мало цікавляться політикою. У результаті, розважальний компонент політики відіграє роль технології, яка залучає соціальну підтримку за рахунок спираючої на емоційно-чуттєву сферу індивіда і звуження частки раціонально-логічної аргументації при формальній її наявності. Мова політика в розважальному форматі у кращому випадку лише симулює раціонально-логічну аргументацію.

Розважальна політика реалізується також тоді, коли знаменитості шоу-бізнесу та спорту залучаються до політичного процесу. Це американські актори Р. Рейган (президент США), А. Шварценеггер (губернатор Каліфорнії), відомий український боксер В. Кличко (мер Києва). Іншою формою політейнменту є політична розвага, яка пов'язана із логікою функціонування мас-медіа як комерційними організаціями, зацікавленими у збільшенні аудиторії, зростаюча увага якої визначає вартість реклами та обсяг фінансових потоків. Світ політичної розваги включає політичні новини, проведення ток-шоу, захоплюючі скандали, а також фільми та серіали: «Хвіст виляє собакою», «Так, пан прем'єр-міністр», «Картковий будинок», «Бос» та інші. Звичайною справою стало запрошення цікавих політичних персон на передачі чисто розважального характеру, або виробництво сатиричних передач, присвячених відомим політичним діячам.

Застосування технології політейнменту обумовлено сучасними умовами функціонування як світу політики, так і мас-медіа. Крім того, передумовами успішності цієї технології є антропологічні та поведінкові особливості представників інформаційного суспільства, думка значної частини з яких формується під впливом електронних мас-медіа. До антропологічних передумов, безумовно, належить потреба у відпочинку; схильність мас до уникнення розмірковувань відносно умов власного існування та перенесенням духовної уваги на питання, які можуть відволікти від сутнісних проблем; порівняно більша тяга до емоційного осягнення реальності, ніж до логіко-раціонального.

До поведінкових передумов відноситься політична участь і характер поведінки у залежності від настанов і стереотипів, які формуються

не в результаті серйозних роздумів з політичних питань, а внаслідок впливу позитивних чи негативних емоцій, закріплених у свідомості індивідів у персоналізованій формі (у вигляді конкретних політичних персоналій). Виходячи з цього, технологія політейнменту, що безпосередньо працює на емоційному рівні сприйняття, є одним з найбільш ефективних засобів формування громадської думки як на рівні уявлень, переконань, настанов, так і на рівні цінностей та стереотипів.

Постправа органічно вплелася в структуру політейнменту як один із його технологічних інструментів, як засіб створення симулятивного фантазійного світу політики.

Постправа одночасно є новим видом пропаганди, що виступає симуляком політики. Так, пропаганда підміняє політику там, де політика дає збій та не досягає результату. Декларування політичних досягнень та успіхів, політичної діяльності в цілому замінює саму політичну діяльність. В результаті створюється квазіреальність, в основі якої лежать альтернативні факти та альтернативна інтерпретація подій. Смысл існування альтернативної реальності в тому, щоб переконати реципієнтів в її існуванні. При цьому правду не приховують, а змішують з брехнею. У підсумку стає важко відрізнити правду від вигадки.

Функціонування постправди багато в чому обумовлено тим, що соціальним та політичним суб'єктам властива схильність до когнітивних спотворень або когнітивних ілюзій. Когнітивні спотворення – це відхилення від правильності в судженнях, що деформують адекватне розуміння та інтерпретацію реальності. В основі генези когнітивних спотворень лежить тенденція індивідів до спрощення сприйняття складної дійсності та, безумовно, має адаптивний характер. Тенденція до спрощення сприйняття реальності, до полегшення обробки інформації про навколишній світ пояснюється низкою чинників. По-перше, це нестача часу, коли наявна необ-

хідність чи бажання ухвалити швидке рішення. По-друге, нестача інформації про обставини та предмет прийняття рішення. По-третє, наявність великої кількості інформації щодо предмету рішення. По-четверте, обмежені можливості пам'яті щодо адекватного структурування попереднього досвіду та недостатня увага до подробиць.

Висновки.

Отже, постправа є інформаційною та політичною технологією, що діє через використання механізмів змішування істинного з хибним, емоціоналізації, політейнменту, популізму, когнітивних спотворень масової свідомості, актуалізації та об'єктивізації бажань з метою забезпечення симпатій широкої аудиторії до її джерела, а також легітимації певного роду політики та її суб'єктів. На відміну від правди, яка корелює з об'єктивною істиною, постправа, репрезентуючи альтернативний погляд та оцінку реальності, робить ставку на ірраціональні аспекти свідомості та поведінки людини, на її егоїстичні інтереси, знаходячи виправдання свого існування в результативності та ефективності своєї дії. Ствердженню постправди як єдиної правильної інтерпретаційної версії реальності допомагає ефект спіралі мовчання та ефект когнітивного дисонансу. Ставлення до постправди визначається місцем у структурі владних відносин, які породжують та підтримують відповідний наратив. Для суб'єкта постправдива нарація визначається її результативністю та ефективністю. Для реципієнтів – її здатністю задовольняти бажання, інтереси та почуття. В суспільно-політичному просторі постправа виступає як новий вид пропаганди, що виправдовує морально сумнівну політику майбутніми вигодами її реалізації для більшості суспільства на шкоду політичним суперникам, а також національним та релігійним меншинам. Фактично, доба постправди визначається тим, що політика припиняє орієнтуватися на універсальну справедливість, стає політикою зневаги до меншин та громадян інших країн.

REFERENCES

1. Ball, J. (2017). *Post-truth: how bullshit conquered the world*. London: Biteback Publishing.
2. D'Ancona, M. (2017). *Post truth: the new war on truth and how to fight back*. London: Ebury Press.
3. Festinger, L. (1964). *Conflict, decision, and dissonance. With the collaboration of Vernon Allen*. Stanford, Ca., Stanford University Press.
4. Keyes, R. (2004). *The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life*. New York: St. Martin's Press.
5. Levitin, D.J. (2016) *Weaponized lies: how to think critically in the post-truth era*. New York: Dutton.
6. McComiskey, B. (2017). *Post-truth rhetoric and composition*. Logan: Utah State University Press.
7. McIntyre, L.C. (2018). *Post-truth*. Cambridge, MA: MIT Press.
8. Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: public opinion, our social skin*. Chicago: University of Chicago Press.
9. Rabin-Havt, A. (2016). *Lies, incorporated: the world of post-truth politics*. New York: Anchor Books, a division of Penguin Random House LLC.
10. Roudakova, N. (2017). *Losing Pravda: ethics and the press in post-truth Russia*. New York: Cambridge University Press.
11. Wilber, K. (2017). *Trump and a post-truth world*. Boulder: Shambhala.
12. Word of the Year 2016 is... *English Oxford Living Dictionaries*. Retrieved from: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

Висоцький Олександр Юрійович

Доктор політичних наук, професор
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
49010, м. Дніпро, просп. Гагаріна, 72

Vysotskyi Oleksandr

Doctor of Political Sciences, Professor
Oles Honchar Dnipro National University
72, Gagarin Av., Dnipro, 49010, Ukraine

Email: profkomdnu2008@ukr.net ORCID: 0000-0003-0712-8499

Цитування: Висоцький О. Ю. Постправда: концептуальні та праксеологічні виміри / О. Ю. Висоцький // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2018. – Т. 21. – № 10. – С. 128-133.

Citation: Vysotskyi, O.Y. (2018). Postpravda: kontseptualni ta prakseolohichni vymiry [Post-truth: conceptual and praxiological dimensions]. *Scientific and theoretical almanac «Grani», 21(10)*, 128-133.

Стаття надійшла / Article arrived: 07.09.2018

Схвалено до друку / Accepted: 12.10.2018