

ФЕЙК-НЬЮС И ПОСТПРАВДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК НЕИЗБЕЖНОЕ ЯВЛЕНИЕ ЭПОХИ СИМУЛЯКРОВ

Протасов Саян Юрьевич

Соискатель, Восточно-Сибирский государственный
университет технологий и управления, г. Улан-Удэ
psuu03@gmail.com

FAKE NEWS AND POST-TRUTH IN SOCIAL NETWORKS AS AN INEVITABLE PHENOMENON OF THE AGE OF THE SIMULACRONS

S. Protasov

Summary: Currently, social networks are used by different groups of people for various purposes. One of the purposes of using social media is to spread disinformation and fake news. This is especially true during periods of political instability, wars and other social upheavals. That is why developed countries have a certain set of mechanisms to combat such phenomena. In this article, such categories as "fake news" and "post-truth" are considered as simulacra of the virtual space of modern social networks. The disclosure of the features of the social evolution of these categories of "fake news" and "post-truth" is possible on the basis of the application of the multiplier effect, which combines the potential of these categories in philosophy, sociology, public relations and other sciences that are directly related to these categories.

Keywords: fake news, post-truth, social networks, simulacrum, post-structuralist philosophy.

Аннотация: Социальные сети используются разными группами лиц, для различных целей. Одной из целей по использованию социальных сетей, является распространение дезинформации и фейковых новостей. Это особенно актуально в периоды политической нестабильности, войн и иных социальных потрясений. Именно поэтому, развитые государства, имеют определенный набор механизмов для борьбы с такими явлениями. В настоящей статье такие категории как «фейк ньюс» и «постправда» рассматриваются как симулякры виртуального пространства сетевых медиа. Раскрытие особенностей социальной эволюции указанных категорий «фейк ньюс» и «постправда», возможен на основе применения мультипликационного эффекта, который объединяет потенциал данных категорий в философии, социологии, public relations и других наук, которые непосредственно связаны с данными категориями.

Ключевые слова: фейк-ньюс, постправда, социальные сети, симулякр, философия постструктурализма.

Очевидно, что информация самый распространенный продукт, потребляемый человечеством. Социальные сети с их миллиардными охватами, организованной цифровой средой, оригинальными механизмами рекламы и убеждения, технологиями Web 3.0. отвоевывают последние территории у привычных для широкой аудитории традиционных СМИ, вещательная модель массовой коммуникации которых, сдерживает натиск лишь опираясь на ригидность мышления и консерватизм своего потребителя. Время совершения акта до его восприятия широкой аудиторией радикально сократилось: в считанные секунды информация, распространяемая частным лицом, может стать достоянием мировой общественности и классические медиа, страдающие информационной «инерцией», такую «гонку за умы» проигрывает. Но дело даже не в скорости, а в плотности информационного потока: метамодель расширила возможности в плане создания многослойного/многопланового/многокомпонентного контента – мультимодального контента (поликодового текста), который за счет усиленной образности имеет абсолютный прагматический потенциал влияния. [1, с. 138]. И здесь, как и для любого текста действует логика постмодернизма, для которой автор (говорящий), является лишь производной, а отправной точкой текста выступает читатель

(слушатель), который однако в отличие от бартовского «некто-читателя» далеко не человек без истории, без биографии, без психологии, и всего лишь некто, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст [2, с. 390]. Именно пользователь соцсетей со всеми своими уникальными предпочтениями является целью тонко настроенного персонализированного механизма доставки контента, он «явно больше, чем простой наблюдатель, следящий за тем, что разворачивается перед ним. В качестве участника он — составная часть самой игры» [3, с. 289] Произошел тот самый, описанный Бодрийяром, поворот паноптического устройства наблюдения к системе устрашения, где различие пассивного и активного уничтожено и не существует больше никакого субъекта, никакой фокусной точки, ни центра, ни периферии, лишь только «информация», тайная виртуальность, цепочечная реакция, медленная имплозия и симулякры пространств, в которых еще играет эффект реального [4, с. 50].

В отличие от лжи как рядового феномена общения, обмана как результата «успешной» лжи, дезинформация как социальное проявление обмана имеет ключевое значение в истории социально-политических процессов. Дезинформация лишь потому такое проворное

орудие даже в не всегда умелых руках, что истина сама по себе не дана сразу. Обращаясь к философскому дискурсу истины, становится понятно, что истинное познание требует определенных усилий, выполнения специальных процедур. Гегель, например, полагал, что сущность просвечивает через собственную видимость (или кажимость), но помимо этого сущность явлена и в иновидимости, и как раз иновидимость покрывает сущность неким покровом, многоцветьем наличного бытия, в котором собственное свечение сущности (истина) едва различимо [5, с. 4]. Следовательно, для различения той самой сущности помимо непосредственной работы по «срыванию покровов», необходима и определенным образом натренированная оптика. Особенно остро эта проблема стоит в наше время, когда поток он-лайн информации настолько стремителен и огромен, что даже на настройку критической оптики не остается время, не говоря уже о той самой рутинной работе по фактчекингу и верификации. Маклюэн, несомненно, был футурологом, который ближе всех подошел к нашей сегодняшней реальности, когда он писал о перцептивной (когнитивной) конвергенции медиа и возникшей вместе с ней «глобальной деревне». Общество, глобализированное потоком медийной информации и технологиями ее передачи, предполагает трансформацию своего опыта, переход границы прежнего опыта, трансгрессию, которая будет поддерживаться новыми типами логики [6]. Новые типы логики создают новые и совершенствуют имеющиеся приемы постмодернистского письма. Анахроничная кричащая подача, визуальная яркость (текста и видео) и общая видимая таблоидность сегодня присуща скорее всего откровенно трэшевым источникам, на которые «думающая» публика внимания итак не обратила бы. Как и всегда уместно классическое уальдовское «Это хуже, чем ложь, это плохо написано!», ведь неправда и ныне упаковывается в более эффектную обертку, а потребление ее более приятно и менее травмирующее. Как же еще по-другому объяснить тот факт, что ученые из MIT проанализировав 126 тыс. цепочек ретвитов 3 млн. пользователей за 11 лет сделали вывод, что настоящим новостям надо в 6 раз больше времени, чем фейковым, чтобы дойти до человека. Еще даже Платон в своих произведениях обратил внимание на «увлекающую силу речи» и на своеобразную беспомощность перед такой силой, особенно если та находится в умелых руках: «Но ты сознательно ли соглашаешься с этим, или же тебя, по обыкновению, увлекла к поспешному соглашению некая сила речи?» вопрошает Чужеземец в диалоге «Софист» [7, с. 361]. Так и «post-truth» подобно квантовой частице явление, сугубо зависящее от наблюдателя, которая правда при отсутствии онога не находится в суперпозиции, а наоборот – исчезает. «Постправду» можно понимать как побочный продукт психологического феномена «предвзятости подтверждения» согласно которому принимаются только те доказательства, которые поддерживают первоначальное убеждение и гипотезу,

а поиск или интерпретация свидетельств осуществляются способами, которые являются частичными по отношению к существующим убеждениям, ожиданиям или имеющейся гипотезе. В терминах бахтинской школы, можно сформулировать что «постправда» частный случай языкового знака, отражающего и преломляющего действительность, поэтому-то он может исказить эту действительность или быть верным ей, воспринимать ее под определенным углом зрения, т.е. область идеологии совпадает с областью знаков [8, с. 14]. Идеология в данном контексте совпадает с разработанной Лиотаром концепцией нарративного знания, как «совокупности денотативных высказываний» и «представлений о самых разных умениях: делать, жить, слушать и т.п.» [9, с. 52]. С системной же точки зрения, содержащейся в прагматической теории коммуникации и имеющей прямое отношение к коммуникативной психологии, «предвзятость подтверждения» вызывает положительную обратную связь в предрасположенности к разногласиям и конфликтам, заводит агентов коммуникации в спираль, тяготеющую к ожесточенному столкновению мнений. [10, с. 47] Таким образом, подтверждаются слова Жижека о современной версии политики как «организованной ненависти» [11, с. 222]. И действительно, пресловутые фейки типа «протоколов сионских мудрецов», «оружия массового уничтожения в Ираке», «распятого мальчика в Славянске» не были подкреплены ничем значимым, однако «заряженная» в них концентрация ненависти и разрушительные глобальные последствия «разрядки» подтверждают «что мы находимся в логике симуляции, которая больше не имеет ничего общего с логикой фактов и рациональным порядком» [4, с. 36]. Знаки стали сильнее реальности, поэтому и человеческий опыт стал симуляцией, порожденной колонизацией наших репрезентаций с помощью рекламных стратегий и приемов монтажа образов. Это значительно осложняет возможности понимания медиаинформации, что порождает ситуацию одновременного существования множества кодов, которые не объединены единым метакодом. «Мозаично-карнавальным» медиа-шум формирует особый тип восприятия, при котором рационально-критическая оценка (отчасти понимание) действительности уступает место ее виртуально-иррациональному, но участному потреблению, а то свою очередь трансформируется в т.н. «медиабулимию» при которой происходит перегруз «органа» потребления, резкое защитное отторжение и «возвратный рефлекс».

Именно эта высокая плотность потока информации, направленного на сознание, и его многоканальность, является косвенной причиной его поражения «постправдой». Понятие «информационной перегрузки», введенное Тоффлером, отражает неспособность человеческого сознания эффективно реагировать и принимать рациональные решения при погружении индивида в напичканную новостями среду [12, с. 382], что в итоге приводит

к психологическому заболеванию, названному автором «футурошоком». Еще в 1948г. Лазарсфельд и Мертон ввели термин «наркотизирующая дисфункция» для описания эффекта, при котором давящий поток информации, производимый средствами массовой информации, делает их потребителя пассивными в своей социальной активности. Согласно этой гипотезе, из-за количества доступной разнообразной информации люди тратят больше времени на то, чтобы понять текущие проблемы, и меньше времени на фактическую социально организованную деятельность. Другими словами, чрезмерное внимание к сообщениям средств массовой информации может сбить аудиторию с толку, тем самым отбивая у нее охоту участвовать в политическом процессе. Коммуникативное изобилие, в постмодернистской трактовке, порождает иллюзии контакта, а также желание «нейтрализовать отличия, разрушить Другого как естественное явление» [13, с. 53]. Отрицая отличия, отрицая Другого, отрицая отчужденность, мы включаемся в процесс саморазрушения. «Отныне абсолютную угрозу несет в себе прозрачность того, что воспринимается нами как Другой. Коль скоро Другой, как зеркало, как отражающая поверхность, исчез, самосознанию угрожает иррадиация в пустоте» [13, с. 53]. Именно этот Другой сохраняет нашу целостность и осмысленность. Не отсюда ли происходит наше уже упомянутое выше защитное отторжение медиа-избыточности, та самая естественная позиция человека, описанная Лаканом во фразе: «я не хочу этого знать» — фундаментальное сопротивление тому, чтобы знать слишком много [14, с. 73]. Таким образом, в сознании постоянно разворачивается борьба между природной любознательностью *Wissenstrieb* (влечением) и защитным отторжением информации, и оно (сознание) по словам Бодрийяра начинает страдать аллергией на самое себя [13, с. 26]. «Постправда» в как модель гипоаллергенной информации, соединяя в себе предвзятость подтверждения и метафорическую репрезентацию лжи (но ложь явную), семиотически преломляет реальность (индивидуальную и групповую), встраиваясь в нее и становясь типичным симулякр, выглядящим более конкретным, чем сама реальность. В связи с этим Грэм Харман справедливо говорит о том, что действительное «реальное» было дискредитировано и потому со-

вершенно не подходит к процессу создания «правды», это что-то вроде отделения «реального» от «правды», не столько отсутствие «правды» как таковой, сколько её избыток. По его мнению, было бы уместнее использовать термин «постреальность» [15]. Реальность же как мы знаем из Декарта не отделима от субъекта, а значит «пост-правда» как трансляция субъективности основана на репрезентации личного субъективного опыта познания мира [16, с. 289] и связана с конструированием публичной идентичности, в нашем случае, пользователей социальных сетей и связанной с ними персональной «скрытой правдой». Одни и те же новости, события, истории не могут «открываться» одинаково разным пользователям, и чем более вовлечен пользователь, тем более исключительно ему «открывается» правда. И действительно, там «где Солженицын видит архивы Дьявола, Шаламов находит жесткое ядро некоей этики» [17, с. 31]. Если впасть в крайность, то можно, следуя за Фуллером, подвести всю историю философии под «постправду», ведь именно вся предшествующая история нашего отношения к знанию и подготавливала «постправду», однако и полностью игнорировать положительные аспекты «постправды» не стоит. С ее помощью происходит одновременно и демократизация дискурса и выхолащивание из него откровенно бытового мифа. Ситуация «постправды» по Фуллеру отмечает собой триумф демократии над элитизмом: «с концом обязательного знака наступает царство знака эмансипированного которым могут теперь одинаково пользоваться все классы...на смену знаковой эндогамии, свойственной статусным обществам, приходит состязательная демократия» [18, с. 115]. Через массовое распространение знаков «постправда» постоянно воспроизводит себя и свою экосистему, которая заключается в «концептуальной открытости к людям и идеям, которые раньше игнорировались» [19, с. 335]. Таким образом, ложь «постправды» встроена в машину воспроизводства массовой информации уже в виде предпосылки, являясь основой «прецессии симулякров», предваряющей реальность. Сегодня задача определения «что есть ложь?» практически полностью невыполнима, нежели понимание аналогичного вопроса об истине, а значит и эпистемологическая ценность лжи в контексте «постправды» гораздо выше нежели у истины.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление политическим контентом в онлайн пространстве современных государств: как Twitter не позволил Д. Трампу выиграть президентские выборы в 2020 г. / Н.А. Рябченко, А.А. Гнедаш, О.П. Малышева, В.В. Катермина // Политическая наука. – 2021. – № 4. – С. 135–160. – DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2021.04.06>.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. — М.: Прогресс, 1989 — 616 с.
3. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного / Пер. с нем.—М.: Искусство, 1991. — 367 с. - (Серия «История эстетик в памятниках и документах»).
4. Бодрийяр Жан. Симулякры и симуляции / Переводчик: А. Качалов. Рипол-Классик, 2017 – 320 с.
5. Секацкий А.К. Онтология лжи. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2000 – 120 с.
6. Г.М. Маклюэн. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — Перевод с английского: В.Г. Николаев. — М., 2003. // Электронная публикация:

- Центр гуманитарных технологий. — 15.11.2008. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528/3563>
7. Платон. Сочинения в четырех томах. Т. 2 / Под общ. ред. А.Ф. Loseва и В.Ф. Асмуса; Пер. с древнегреч. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та: «Изд-во Олега Абышко», 2007. — 626 с.
 8. Волошинов В.Н. (М.М. Бахтин). Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке/ Комментарии В. Махлина. «Лабиринт», 1993 г. — 188с.
 9. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна/Пер. с фр. Н.А. Шматко — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. — 160 с. (серия 10. «Gallicinium»).
 10. Черкасов, Е.И. Сравнение алгоритмов тематического моделирования при определении тематик постов людей в социальной сети «ВКонтакте» / Е.И. Черкасов // Евразийский союз ученых. — 2020. — № 6-2(75). — С. 45-49.
 11. Жижек, Славой. Событие. Философское путешествие по концепту / С. Жижек; [пер. с англ. Д.Я. Хамис]. — М.: РИПОЛ классик, 2019. — 240 с. — (Фигуры Философии).
 12. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. — 557, [3] с. — (Philosophy).
 13. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. — М.: Добросвет, 2000. — 258 с.
 14. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. — М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. — 160 с.
 15. Strelka Mag. Постправда: будущее уже здесь — оно просто неравномерно распространено. 21.12.2016, Автор: Екатерина Арье <https://strelkamag.com/ru/article/posttruth-ru>
 16. Тихонова С.В. Конкуренция науки и лженауки в эпоху постправды // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 287–291. DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-3-287-291.
 17. Бадью А. Мета/Политика: Можно ли мыслить политику? Краткий трактат по метаполитике. Пер. с фр. Б. Скуратов, К. Голубович. М.: Издательство «Логос». 2005. - 240 с.
 18. Жан Бодрийяр. Символический обмен и смерть. — М.: «Добросвет» 2000 — 387 стр.
 19. Фуллер, С. Постправда: Знание как борьба за власть / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. — 368 с. — (Политическая теория). — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-2190-8 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-2215-8 (e-book).

© Протасов Саян Юрьевич (psuu03@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления