

УДК 316.64:070

*ГЛУШКО Тетяна Петрівна*

*доктор філософських наук, професор кафедри філософії НПУ імені М.П. Драгоманова*

## **ПОСТПРАВДА ЯК МЕДІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ В УМОВАХ АКСІОЛОГІЧНОГО КОНФЛІКТУ**

Сучасна людина не лише інформаційно, а й психологічно залежна від медіа-ресурсів. Ні для кого не секрет, що саме останні вибудовують архітектоніку нашої постмодерної реальності засобами розстановки смислових акцентів, а іноді, навіть, й шляхом викривлення змісту реальних подій. Медіа-технології стали провідним засобом виробництва інформації та продукування тих психологічних настанов, що визначають суспільну реакцію на події. Відповідно, медіа стали найбільш впливовим інструментом контролю та маніпуляції й фактично визначають ієрархію суспільних цінностей. Це означає, що йдеться не тільки про безпосередній вплив на громадську думку, а й про заклик до відповідних реакцій та дій.

Подібні стратегії розвитку медіа-простору привели нас в еру так званої постправди, яка занурила сучасну людину у ситуацію розмитих координат та зруйнованих орієнтирів. Адже, у таких умовах стає досить складно віднайти дієві критерії для розрізнення реального та нереального у створеному медіа-ресурсами інформаційному просторі. До того ж, враховуючи масштаби сучасної глобалізації, значний обсяг інформації взагалі неможливо верифікувати, зважаючи, наприклад, на ментальну специфіку соціальних акторів. У зв'язку з цим інформаційний простір став плідним середовищем для поширення множини міфів, що продукуються на основі фрагментизації та деформації значень, а також засобами релятивізації цінностей.

Разом з тим, у постнекласичній моделі наукової раціональності цінності постають одним із критеріїв істинності. Однак, що таке цінність і як вона працює?.. Як відомо цінність не завжди є конструктивним феноменом. Так, наприклад, терористичні акти мають ціннісну основу для представників деяких ісламістських рухів, або анексія територій іноземних держав теж може для когось розглядатися як «цінність». Крім того, цінності у сучасному світі дійсно можуть бути різними і не лише за своїм змістом, а й за рівнем соціальної значимості, що робить їх досить впливовим інструментом для використання в інформаційних війнах та інших аксіологічних конфліктах. Тоді як однією з ключових проблем глобалізованої сучасності якраз і стає свідоме поширення негативних, тобто деструктивних цінностей у якості ключових елементів для обґрунтування економічних та політичних стратегій.

Акцентування суспільної уваги саме на деструктивних аксіологічних аспектах й сприяє поширенню впливу такого соціального феномену як постправа. Останній являє собою інформацію, що сприймається виключно на віру, зокрема у зв'язку з довірою до її джерела або неможливістю перевірити цю інформацію на власному досвіді. Результатом стає формування тенденції до сприйняття смислових фальсифікацій у якості остаточних істин. Тому постправа постає як різновид *медіа-вірусу*, що обмежує можливості аналізу інформації, вводячи в оману так звану «пересічну людину», пригнічуючи її когнітивний потенціал, створюючи намісто симуляційну віртуальну реальність, смисли якої можуть суттєво не співпадати з реальними подіями.

Така ситуація спричиняє певну розгубленість й в інтелектуальному середовищі, оскільки вирішення цієї проблеми потребує пошуку стратегій протидії, які на сьогодні ще не сформовані. Адже такі медіа-віруси «вживляють» приховані смисли та теорії на рівні масової свідомості й працюють за аналогією з техніками масового гіпнозу, у результаті чого переконати їх прихильників у хибності «засвоєних» ними позицій не так то й легко. Так, засобами сучасних медіа-вірусів дуже швидко відбувається імплементація маніпулятивних ідеологічних кодів, які часто мають деструктивний, конфліктогенний вміст та, у разі їх імплементації, передбачають суттєві негативні наслідки.

Системна фальсифікація реальності створює умови для швидкого примноження та поширення таких медіа-вірусів у якості своєрідних механізмів контролю, насилля та пропаганди, що дозволяє «переформатовувати» свідомість та долі цілих країн, вживляючи відповідні тренди у їхній культурний код. Яскравим прикладом таких маніпуляцій є інструментарій *політичних міфів*, які відстоюють правомірність ідеології так званого «російського світу», що ґрунтується на симуляційних ідеях та прямих історичних фальсифікаціях.

Таким чином, постправа стала продуктом поширення та домінування так званих «гарячих медіа» (термін М. Маклюєна), які здійснюють структурування реальності засобами емоційно окреслених світоглядних настанов. Парадоксально, але феномен постправи повертає нас до принципів лінійного мислення, обмежуючи сферу особистої свободи бінарними опозиціями, що дозволяє сучасним медіа значною мірою визначати спосіб життя та поведінку споживачів інформації, впливаючи на розвиток культур та характерних їм ціннісних систем, засобами експлуатації інформаційних трендів. Цей ефект є дієвим на всіх рівнях суспільного життя – від реклами побутових товарів до вибору інформаційних джерел. Зокрема, досить ефективною технікою є так званий ефект праймінгу (Bower, 2019, с. 26).

Відповідно, постправа, як продукт пасивного споживання деструктивних цінностей, які транслюються медіа-каналами, стає зручним інструментом для економічних та політичних маніпуляцій, зокрема для

закріплення впливу тієї чи іншої політичної ідеології. Медіа-технології спонукають до некритичного сприйняття інформації, апелюючи до ірраціональних настанов, обмежуючи, у такий спосіб, можливості реципієнта у сфері критичного аналізу. Тому на перший план виходить проблема *медіа-грамотності* населення сучасних країн, а отже їхньої здатності аналізувати надану інформацію, що особливо актуально для демократичних суспільств під час передвиборчих політичних кампаній.

Отже, надзвичайно важливою є потреба просвітницької роботи у сфері викриття маніпулятивних змістів шкідливого контенту, а також визначення законодавчих норм щодо контролю за такими зловживаннями. Йдеться про формування нового типу соціальної раціональності, який передбачатиме встановлення відповідальності за використання маніпулятивних технік подачі інформації, зокрема деформованого смислового навантаження медіа-контенту та трансляції деструктивних ідеологічних кодів.

### *Список використаної літератури:*

- Левитин Д. Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху постправды / пер. О. В. Терентьевой. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 239 с.
- Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва: «КАНОН-пресс-Ц», 2003. 464 с.
- «Политика постправды» и популизм: коллективная монография / под ред. О. В. Поповой. Санкт-Петербург: Скифия-принт, 2018. 216 с.
- Bower B. The Hot and Cold of Priming. *Science news*. 2012. Vol. 181. № 10. P. 26. URL <http://old-classes.design4complexity.com/7702-F12/survey-interviews/The%20Hot%20And%20Cold%20Of%20Priming%20-%20Science%20News.html>

### *References*

- Bower B. (2012). The Hot and Cold of Priming. *Science news*, Vol. 181, 10, 26. Retrieved from <http://old-classes.design4complexity.com/7702-F12/survey-interviews/The%20Hot%20And%20Cold%20Of%20Priming%20-%20Science%20News.html>
- Levitin D., & Terenteva O. V. (Ed.). (2018). *Putevoditel po lzhi. Kriticheskoe myshlenie v epokhu postpravdy [Guide-book on a lie. Critical thought in the epoch of post-true]*. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber [in Russian].
- Makliuen M. & Nikolaeva V. (Trans.) (2003). *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniia cheloveka [Understanding of Medias: External expansions of man]*. Moskva: “KANON-press-Tc” [in Russian].
- Popova O. V. (Ed.). (2018). *“Politika postpravdy” i populizm: kollektivnaia monografiia [“Policy of post-true” and populizm: collective monograph]*. Sankt-Peterburg: Skifiia-print [in Russian].