

«ЭРА ПОСТПРАВДЫ» В ЗАПАДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Р. В. Жолудь

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 24 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье исследуются причины формирования постправды в современном западном обществе, роль массмедиа в данных процессах и последствия для журналистики.

Ключевые слова: постправда, западная журналистика, фейковые новости.

Abstract: in this paper we examine the causes that were forming the post-truth in contemporary Western society, the role of mass media in these processes and consequences for journalism.

Keywords: post-truth, Western journalism, fake news.

Один из самых значительных глобальных кризисов нашего времени, охвативший сферы политических, общественных, культурных взаимоотношений, а следовательно, и сферу массовой коммуникации, получил название постправды. За 2016—2017 гг. обсуждению этого явления на Западе были посвящены десятки научных и практических конференций, сотни публикаций как исследовательского, так и публицистического характера. Редакция Оксфордского словаря английского языка в 2016 г. назвала постправду «словом года» [1]. Такой интерес к неологизму понятен, учитывая то, какой феномен это слово обозначает. Сам Оксфордский словарь английского языка определяет постправду (post-truth) как «обозначение или отношение к обстоятельствам, в которых объективные факты меньше влияют на формирование общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям» [2]. Неологизм приобрел в западной (прежде всего американской и британской) журналистике особую популярность именно в 2016 г., когда, как считают многие журналисты этих стран, вопреки здравому смыслу, объективным фактам, доказательствам и благодаря популистским заявлениям, эмоциональному давлению и дезинформации в США победил на президентских выборах Дональд Трамп, а жители Великобритании проголосовали за выход из Европейского союза. Ведущие обозреватели крупнейших массмедиа обеих стран заявили о начале «эпохи постправды». «Постправда пришла, чтобы описать тип выступления, который перевернул политический мир вверх дном, — пишет журналист BBC News Шон Кофлан (Sean Coughlan), — разжигающая эмоциональными аргументами вместо проверки фактов, она была словом, которым попытались охватить... политику, помогшую победить Дональду Трампу и сторонникам Брексита...» [3].

Осознание новой проблемы повергло западную журналистику в состояние глубокого пессимизма. И это понятно: в информационном мире, в котором нельзя опереться на фактические данные, где доказательства и свидетельства перестают быть главным способом общественного диалога, журналист теряет почву под ногами, чувствует себя беспомощным и ненужным. Более того, под удар попадает не только журналистика, но и вся традиционная система ценностей. «Факты занимали священное место в западных либеральных демократиях. Если когда-то было похоже, что демократия пошла не туда, когда избирателями манипулировали или политики уклонялись от вопросов, мы обращались за спасением к фактам, — пишет британский профессор политической экономики Уильям Дэйвис. — Но они, похоже, потеряли способность поддерживать консенсус. PolitFact (общественное движение, занимающееся фактчекингом выступлений политиков. — Авт.) обнаружил, что более 70% «фактических» утверждений Дональда Трампа относятся к категориям «по большей части ложь», «ложь» или неправда в стиле «штаны горят». На референдуме по поводу Брексита, сторонники выхода заявляли, что членство в Европейском союзе стоит Британии 350 млн. фунтов в неделю, но не смогли посчитать, сколько денег они потратят теперь» [4]. Колумнист The Guardian Джонатан Фридланд (Jonathan Freedland) в публикации конца 2016 г. вспоминает, как шестнадцать лет назад писал: «Если мы начнем сомневаться в подтвержденных фактах, как мы сможем предотвратить то, что мы сами будем поглощены сомнениями, невозможностью доверять всему, что мы видим? Это все может быть конспирологией, мифом, мистификацией». Теперь же автор саркастически констатирует: «Сейчас у вас будет президент США, британский премьер-министр (никогда не забывайте про 350 млн. фунтов Брексита), а также готовая армия потребителей фейковых

новостей, чтобы составить вам компанию. Как это произошло столь быстро?» [5].

Хотя слово «постправда» актуализировалось в медийном дискурсе и попало в общеупотребительный английский, а затем и в другие языки в связи с описанными выше политическими кризисами, возникло оно гораздо раньше. Его автором считается американский драматург сербского происхождения Стив Тесич, который в 1992 г. в эссе, опубликованном в журнале *The Nation* писал о политической атмосфере в США: «...мы (американцы. — Р.Ж.) как свободный народ свободно решили жить в мире какой-то постправды» [6]. В научный обиход слово вошло позднее, в 2004 г., благодаря исследованию «Эра постправды: ложь и обман в современной жизни» [7]. Автор работы, американский исследователь и писатель Ральф Кейес (Ralph Keyes) предпринял масштабную попытку исследовать причины, которые привели современное общество к ситуации, в которой правда потеряла свое базовое значение. Автор называет это состояние «постправдивостью» — «серой этической зоной», которая позволяет маскировать собственную ложь. «Когда наше поведение конфликтует с нашими ценностями, то мы, скорее всего, переосмыслим наши ценности», — так описывает он ситуацию постправды. Здесь и далее очевидно, что Кейес рассматривает постправду гораздо шире сфер политической и массовой коммуникации: у него она начинается с межличностных отношений. Он указывает на то, что у современного человека сформирована «альтернативная этика», которая позволяет ему не испытывать душевных страданий, когда он использует ложь. Для самооправдания в современном языке существуют «переходные» стадии между правдой и ложью: «альтернативная правда», «своя правда», «я так вижу», «альтернативная версия реальности» и т.п. Этот процесс отхода от традиционной дихотомии «правда — ложь» происходил, как считает Кейес, в течение длительного времени. Он выделяет условные сообщества, которые на протяжении XX века изменили отношение к правде в западной культуре. К ним относятся:

- «психотерапевты», отказавшиеся от признания значимой роли правды в психологической жизни человека (например, если некто говорит, что он — успешный бизнесмен, значит, он себя таковым считает; объективная же оценка значения не имеет);
- «юристы», т.е. сформировавшаяся система правосудия, в которой правдой является только то, что признано доказанным в зале суда;
- «политики», демонстрирующие одновременно и желание скрыть определенные стороны своей жизни, и испытывающие нарциссическое стремление привлечь к себе внимание.

С Кейесом солидарен и другой американский исследователь и писатель Джеймс Болл (James Ball) [8], который возлагает вину в распространении пост-

правды, в частности, на политиков. Анализируя ситуацию в западном мире уже после победы Дональда Трампа и сторонников Брексита, он указывает, с одной стороны, на стремление деятелей политики попасть в заголовки СМИ, а с другой, на отсутствие ответственности за свои высказывания, на попытки в критических ситуациях спастись отговоркой «я шутил» (здесь Дж. Болл явно намекает на Д. Трампа). «Народные движения от анархистов до популистов хотели видеть равенство участия в принятии политических решений... это сердцевина демократии любой версии, — пишет австралийский лингвист Ник Энфилд (Nick Enfield). — Популисты поступили хорошо, поставив под сомнение ценность карьеры политиков... вместо того чтобы поклоняться возможностям, которые может дать получение политической власти... Но подозрение по отношению к специалистам и экспертам стало гораздо больше загрязнять дискурс знания и практики» [9].

Ральф Кейес обращает внимание и на процессы, которые привели мир к постправде. Он указывает на влияние философии и эстетики постмодернизма, которая распространилась в массовой культуре через произведения искусства, литературу, кино и т.п. Постмодернизм, как известно, в своей основе содержит релятивизм, безразличие к проблеме отделения правды от лжи или даже настаивает на невозможности такого отделения.

Другой источник влияния, характерный для культуры США, это так называемая новая журналистика, появившаяся в 1970-е гг. (Т. Вулф, Т. Капоте, Х. Томпсон). Ее идеология хорошо описывается высказыванием Хантера Томпсона: «Беллетристика и документалистика (fiction and non-fiction) — это понятия из XIX века». Проблема оказалась в том, что развитие «новой журналистики» не только способствовало обогащению газетных и журнальных текстов новеллистическими техниками, но и привело к прямому включению в публицистические тексты несуществующих, вымышленных событий и ситуаций. По сути, репортеры начали пользоваться сознательной фальсификацией фактов, «чтобы истории были красивыми». Разумеется, такой подход постепенно снижал доверие читателя к публицистическому тексту.

Параллельно в западной литературе появился новый феномен: беллетристика, использующая реальные факты и за счет этого мимикрирующая под документалистику. Ральф Кейес называет такой жанр словом *faction* (от англ. *fact* — факт + *fiction* — беллетристика). Такая игра с фактами внутри художественного произведения, конечно, вводила читателя в заблуждение, но была выгодна для автора: подделки под документалистику продавались лучше, а никакой ответственности за достоверность изложения не было.

Еще одна движущая сила, приведшая западную культуру к постправде, — киноиндустрия. Кейес ука-

зывает здесь и на искажения фактов в художественных фильмах, посвященных реальным событиям, и на мифологизацию жизни киноактеров, и на то, что ложь становится обычным элементом сюжетов сериалов (при этом важно отметить, что зритель смеется над ситуацией обмана, т.е. испытывает положительные эмоции).

Уильям Дэйвис говорит о кризисе факта не только в сфере коммуникации, и даже не только в культуре, но и в цивилизационном смысле. «Как мы можем еще говорить о «фактах», если они больше не связывают нас с реальностью, которую мы принимаем? Проблема в том, что эксперты и агентства, вовлеченные в производство фактов, множатся, и многие из них работают по найму. И если вы вправду хотите найти эксперта, желающего подтвердить факт, и у вас есть деньги и политическое влияние за собой, вы это, скорее всего, сможете сделать», — говорит ученый.

Ник Энфилд тоже видит кризис в тотальном последствии тотального недоверия: «...система работает настолько долго, пока мы доверяем чужим знаниям, умениям и мышлению».

Проблема «кризиса факта» в том, считает Дейвис, что в XXI в. мы столкнулись с переизбытком фактического материала. До этого времени факт считался основой объективного описания мира: такое убеждение, как считает историк культуры Мэри Пувив (Mary Poovev), стало складываться в Средние века в связи с появлением у торговцев бухгалтерского учета [10], и оно поддерживалось в последующие столетия развитием точных наук. Но в XX в. в сферу точных чисел пришли маркетинговые компании, результаты исследований которых стали использоваться не только в бизнесе, но и политике. Сегодня же огромное количество источников, разнообразные формы передачи информации, невозможность проверить достоверность, надежность и неангажированность коммуникаторов привело к недоверию по отношению к фактическому материалу.

Уильям Дэйвис говорит, что от общества фактов цивилизация приходит в общество данных. Они собираются автоматически, с помощью различных устройств и приложений, которые фиксируют поведение пользователей. Функция таких данных (big data) кардинально отличается от функций классических фактов. Если факт был средством доказывания в общественном диалоге, в поиске оптимального решения, то данные демонстрируют настроение аудитории, позволяют прогнозировать ее поведение, подстраиваться под ее вкусы и ожидания. Факт как свидетельство о реальности обесценивается для коммуникатора: зачем доказывать что-то, если можно просчитать предпочтения аудитории и предложить ей ту информацию, которая будет воспринята с большим доверием?

Итак, следующий фактор распространения постправды — это технологии и технические устройства.

Ральф Кейес отмечает, что уже в телефонном разговоре лгать стало гораздо проще, чем при непосредственном общении. Текстовые способы коммуникации еще больше упрощают процесс обмана.

Интернет — это вообще идеальная среда для распространения недостоверной информации. Более того, он придает этому процессу черты постмодернизма: игра вместо серьезности, имитация вместо реальности, поверхностность вместо глубины. Это уже не просто обман, это целый комплекс действий по построению виртуального, но очень похожего на реальность мира. И первоначальное представление об Интернете как возможности безграничной свободы и торжестве демократии в западных СМИ уже сменяется скепсисом. Журналист Джонатан Малер пишет в *The New York Times*: «...величайшим обещанием Интернета было то, что он мог бы распространять демократию, давать большому количеству людей больше доступа к большому количеству информации без контроля какого-то одного правительства. Заинтересованные граждане могли бы развивать более тонкое понимание происходящего; избиратели могли бы стать более информированными, мы бы познали всю правду сверху донизу, и результатом стала бы великая свобода. Вспомним, как в 1993 году активист и программист Джон Гилмор заявлял, что Интернет «рассматривает цензуру как угрозу и обходит ее»; как недавно, в 2011 году, активисты еще хранили надежду, что доступ к Facebook и другим социальным сетям помогут провести мирные революции на Ближнем Востоке. Но где-то в пути демократизация потока информации превратилась в демократизацию потока дезинформации. Разница между фактом и выдумкой стала стираться, создавая расширяющийся мир соперничающих друг с другом деклараций. Интернет не обходит цензуру, когда люди, его использующие, остаются в своих замкнутых информационных кругах, которые есть не что иное, как навязанная самим себе цензура» [11].

Джеймс Болл подробно разбирает участие в распространении постправды массмедиа: как традиционных, так и новых. Он замечает, что «старые СМИ» (пресса, ТВ, радио) активно включены в политическую борьбу и рассматриваются политиками не как третья сторона, а как оппоненты, с которыми необходимо бороться. Как результат — вовлечение традиционных массмедиа в информационные войны, распространение «фейковых новостей» и т.п.

Некоторые исследователи обратили внимание на парадоксальность последствий работы журналистов-расследователей, интернет-активистов и правозащитников. С одной стороны, журналистские и общественные расследования, публикуемые в СМИ, несут для общества социально значимую информацию, рассказывают о злоупотреблениях, махинациях, преступлениях, сговорах и т.п. С другой стороны, публичные разоблачения при всей своей важности

воспитывали у массовой аудитории циничное отношение к властям, элитам и публичным фигурам, т.е. тоже готовили общество к эпохе постправды. Уотергейт, «Панамский архив», публикации Дж. Ассанжа и Э. Сноудена при всей их общественной значимости — это, хотим мы того или нет, тоже шаги на пути к тотальному недоверию. И это касается не обязательно только скандалов мирового масштаба. Так, Джулия Хобсбаум (Julia Hobsbawm) обращает внимание на то, что многое, что раньше находилось для публики за закрытыми дверями, сейчас интегрированы в медиа (звонки в эфир, голосования, комментарии на сайтах) [12].

Правда, с существованием такого побочного эффекта согласны не все: «Открытость демократического общества позволяла... свободной прессе больше и больше обнажать происходящее в коридорах власти, делая нас гораздо осведомленнее о способах, которыми нас обманывают. Правда стала гораздо менее ясной и простой, но я не вижу доказательств, что большинство людей перестало верить в нее. Люди остаются возмущены ложью, как они это делали когда-то» [13], — пишет автор книги «Краткая история правды» Джулиан Баггини в своей колонке в The Guardian.

Но не меньшим влиянием, чем традиционные массмедиа, обладают ангажированные сайты, под видом СМИ распространяющие информацию в интересах определенных политических сил. Эти медийные проекты не ориентированы на соблюдение профессиональных стандартов журналистики (баланс мнений, проверка фактов, отделение их от мнений и т.п.). Они никогда не были включены в систему профессиональной журналистской деятельности, им чужды корпоративные этические стандарты, их цель — любой ценой сохранять политическую власть. Аудитория каждого отдельного такого сайта может быть сравнительно небольшой, но информацию, которую они производят, может очень быстро и широко распространяться через социальные сети. К тому же действия одиночных сайтов с небольшой аудиторией могут давать кумулятивный эффект, и в результате совокупное воздействие может оказаться достаточно значительным.

Ситуация на момент 2016—2017 гг. усложнилась тем, что в мировом информационном пространстве появились и так называемые фейковые медиа, которые под видом новостных сайтов распространяют свои «новости» о выдуманных или сконструированных событиях. И снова приходится признать, что эффективными каналами распространения «фейковых новостей» стали социальные сети и традиционные СМИ. Да, старые медиа оказались не готовы к «фейковым новостям». Американский журналист и медиаэксперт Джефф Джарвис (Jeff Jarvis) посетовал, что «фейковые новости не просто приходят в Facebook, они приходят из Fox, CNN и даже из газет».

Социальные сети стали разносчиком дезинформации и полем «битвы за постправду» не случайно. Во-первых, схема распространения информации — через подписки на сообщества, с которыми пользователь себя, как правило, ассоциирует, через «друзей» — снижает критичность восприятия сообщения. Пользователь иногда даже не дочитывает сообщение до конца и нажимает на кнопку «поделиться» просто из-за заранее сформированной симпатии к источнику информации. Во-вторых, сама администрация социальных сетей не мотивирована бороться с такими явлениями.

В результате совокупного эффекта от старых и новых медиа, фабрик «фейков» и социальных сетей в информационном пространстве устанавливается своеобразная «экосистема дезинформации», в которой рядовому читателю невозможно отличить правду от лжи.

Но нужно отдавать отчет, что в «экосистеме дезинформации» аудитория не является пассивным объектом воздействия. Под эмоциональным накалом, манипуляциями политиков и журналистов она тоже становится участником процессов этой системы.

Исследователи говорят о древнем психологическом эффекте — желании принадлежать к определенной группе. Индивид, сигнализируя о такой принадлежности, как правило, больше доверяет «своим», нежели «чужим». Это само по себе провоцирует предвзятость в общественном диалоге. Более того, и идентификация других членов сообщества часто происходит по их отношению к какой-либо эмоционально заряженной теме. «Исследования показывают, что, когда люди объединялись в племена, их первым побуждением было верить тем, кто поддерживал их сторону и не верить тем, кто поддерживал их противников», — пишет Джонатан Фридланд в колонке в The Guardian в декабре 2016 г. — Один опрос этой недели показал, что среди американских республиканцев одобрение Владимира Путина резко выросло. Они ненавидели его раньше, но теперь их парень Трамп — приятель Путина, и они готовы видеть российского автократа в благоприятном свете — и игнорировать все доказательства противоположной стороны».

«Мы с большой вероятностью поверим или, как минимум, примем и повторим высказывание, которое поддерживает наши устоявшиеся взгляды, даже если для подтверждения этого высказывания мало или совсем нет доказательств», — пишет Ник Энфолд о другом психологическом феномене. — Такое предубеждение — двигатель, который кликом распространяет фейковые новости или другую опасную чушь».

Дэвид Макрэйни (David McRaney) называет в качестве базиса для развития постправды другой психологический феномен — «эффект обратного огня» [15]. Чем больше оппонент попадает под критику,

даже снабженную арсеналом фактов, доказательств и свидетельств, тем больше он становится уверенным в собственной правоте. Эта уверенность, как и предыдущие психологические эффекты, основана на иррациональных чувствах.

В современном обществе человек получает дополнительные преграды для адекватного, объективного восприятия информации. И эти преграды — тоже побочный эффект развития информационных технологий.

Эли Парисер (Eli Pariser), описывая структуру восприятия информации современным человеком, использует метафору «фильтра-пузыря» [16]. «Фильтр-пузырь» — это совокупность индивидуальных предпочтений, которые, окружая человека, не позволяют новой, неожиданной, нестандартной информации проникнуть в его сознание. В формировании «фильтра-пузыря», кроме механизмов человеческой психики играют важную роль персонализированный поиск информации и сервисы рекомендаций, в огромном количестве присутствующие в Интернете и мобильных приложениях: они предоставляют пользователю именно ту информацию, которую он хочет получать, «подстраиваются» под его вкусы и предпочтения, оставляя еще меньше шансов для получения разносторонней информации, различных мнений, т.е. ведут фактически к интеллектуальной изоляции. Вот почему проблема существования «фильтров-пузырей» стала актуальной именно для нашего времени, и она, несомненно, тоже подготовила почву для эры постправды.

Наконец, стоит отметить и материальный интерес, выгоду, получаемую от постправды. Джеймс Болл называет трех бенефициаров: политики (постправда может привести к власти), пиар-компании (постправда — удобный способ создания публичности) и IT-корпорации, которые готовы предоставлять технологии для распространения любой информации, которая будет востребована, вне зависимости от ее достоверности (Дж. Болл называет в качестве таких «безответственных» компаний Google и Facebook). Некоторые авторы указывают на особую роль публичных рилейшнз в этом процессе: высказываются мнения, что PR соединились с журналистикой, аудитории крайне тяжело различать создаваемые ими дискурсы, тем более вряд ли возможно верифицировать получаемую информацию [17]. Что касается роли в процессе становления эры постправды компаний-гигантов информационной сферы, то справедливости ради нужно заметить, что и Google, и Facebook создали и развивают автоматические инструменты выявления «фейковых новостей» для борьбы с дезинформацией [18].

Итак, подведем некоторые итоги: движущими факторами на пути к эре постправды можно назвать:

- изначально присущие индивиду и обществу социально-психологические феномены, обуслов-

ливающие неполное или искаженное восприятие информации;

- массовую культуру, формирующую у отдельного индивида и общества в целом «альтернативную этику» с ее промежуточными стадиями между правдой и ложью, оправданием лжи, переносом лжи из поля этической оценки в поле комического и т.п.;

- философию и эстетику постмодернизма, распространившиеся в массовой аудитории представления об относительности моральных категорий и об их незначительности;

- политические институты, применяющие манипулятивные техники, воздействие на эмоциональную сферу, популистские идеи, фальсификации и дезинформирование, формирующие у массовой аудитории цинизм и недоверие к элитам, экспертам и традиционным СМИ;

- массмедиа (старые и новые), ставшие каналом для распространения «фейковых новостей», манипуляций, пропаганды и эмоциональной напряженности;

- информационные технологии, приведшие к дезориентации индивида в потоке информации, распаду аудитории на информационно изолированные сообщества и упростившие процесс распространения недостоверной информации.

В результате распространения постправды журналистское сообщество столкнулось со следующими проблемами:

- мощный раскол общества по принципу «свои — чужие»;

- подмена журналистской деятельности пропагандой, манипулятивными технологиями, эмоциональным воздействием взамен сбалансированного рационально-эмоционального освещения событий, ситуаций и проблем;

- падение значимости фактической информации;

- падение авторитета СМИ, журналистов, экспертов и политических деятелей;

- одновременно с тотальным недоверием, как ни парадоксально — некритичное восприятие информации от источников, которые распознаются как «свои»;

- невозможность полноценного и конструктивного общественного диалога.

Ральф Кейес, написавший свою книгу за 12 лет до Брексита и победы Трампа, предупреждал об опасности появления «общества подозрения», в котором будут разрушены механизмы доверия друг другу: чем больше человек обманывает сам, тем более подозрительным он становится к окружающим.

Действительно, проблема кризиса доверия, видимо, самый важный и болезненный феномен эры постправды. Джеймс Болл пишет: «Люди настолько стали готовы слушать то, во что они хотят поверить, что сообщению в Facebook верят не только больше, чем экспертам, но и больше, чем событиям, уже произошедшим... “Фильтр-пузырь” подпитывает обще-

ство постправды, помогая людям легче игнорировать реальность».

«Это процесс разрушения нашего публичного разговора и нашей демократии... и он предупреждает о культуре, в которой несколько утверждений в Twitter имеют тот же кредит доверия, что и библиотека, полная научных трудов», — сетует Шон Кофлан.

«Это делает нашу публичную сферу шокирующим местом. Без общепринятого набора фактов мы вряд ли вообще сможем построить хоть какой-то общественный диалог, — пишет Джонатан Фридланд. — Писатель Дэвид Робертс... недавно сказал так: «Здесь больше нет судей. Все исключительно игроки»... На политическом поле мы каким-то образом дрейфуем в мир, в котором никому нельзя доверять ни в вопросах решений, ни даже в вопросах фактов. Но мы не можем жить в таком мире. Свидетельства, факты и причины — это строительные блоки цивилизации. Без них мы погрузимся во мрак».

Не вдаваясь в дискуссию относительно судеб цивилизации в целом, приходится согласиться: журналистике в том виде, в котором она существовала до сих пор, в мире постправды места нет: ее функции просто не востребованы. Изменение же ее функционального набора приведет к исчезновению журналистики как феномена и социального института, трансформации ее в другие формы коммуникационной деятельности.

Есть ли выход из эры постправды? Несомненно, данный кризис конечен, так как он затрагивает базовые общественные институты и процессы, без которых существование цивилизации вряд ли возможно. Исследователи отмечают важную деталь: несмотря на погруженность в процессы постправды, общество не потеряло интерес к тому, как «все происходит на самом деле». Ральф Кейес говорит о существующей у индивида «жажде правды», которая не позволяет полностью отказаться от этого понятия. Джулиан Баггини вообще полагает, что постановка проблемы в виде «эры постправды» неверна и даже вредна: «...утверждение о том, что мы живем в мире постправды, есть самая пагубная неправда из всех. Она служит интересам тех, кто больше всего боится правды\... Мы не смогли бы даже говорить о постправде, если бы не думали, что правда имеет значение. Мир никогда не был готов и не хотел сказать правде «прощай», даже в политике, где иногда кажется, что она уже взяла отпуск». По мнению Баггини, человечество должно сделать некую «перезагрузку» в восприятии реальности: «Чтобы восстановить веру в силу и ценность правды, мы не должны уклоняться от ее сложности. Правда может быть и часто бывает сложна для понимания, изучения, объяснения, проверки. Ее также пугающе легко скрыть, перевернуть, злоупотребить или запутать ею. Часто мы не можем с какой-либо уверенностью утверждать, что знаем правду. Нам нужно критиче-

ски оценить разные виды реальных и предполагаемых истин и понять, как проверять их подлинность».

Важно, что растет сопротивление постправде в практическом поле — в профессиональной журналистской и общественной сферах. На сегодня в мире существуют уже десятки объединений, которые занимаются мониторингом новостей, отыскивая дезинформацию и сообщая о «фейках». Компании IT-индустрии ищут способы автоматизации фактчекинга. Государственные и неправительственные организации активно внедряют в практику курсы, посвященные повышению медиаграмотности населения. Видимо, постправда — это социальная болезнь, и чтобы приобрести к ней иммунитет, нужно ею переболеть.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Постправда» стала словом года по версии Оксфордского словаря // Русская служба BBC. — URL: <http://www.bbc.com/russian/news-37995176> (дата обращения: 21.01.2018).
2. Oxford English Dictionary. — URL: <http://www.oed.com> (дата обращения: 21.01.2018).
3. Coughlan S. What does post-truth mean for a philosopher? / S. Coughlan // BBC News. — URL: <http://www.bbc.co.uk/news/education-38557838> (дата обращения: 21.01.2018).
4. Davies W. The Age of Post-Truth Politics / W. Davies // The New York Times. — URL: <https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html> (дата обращения: 21.01.2018).
5. Freedland J. Don't call it post-truth. There's a simpler word: lies / J. Freedland // The Guardian. — URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/16/not-post-truth-simpler-words-lies-aleppo-trump-mainstream> (дата обращения: 21.01.2018).
6. Flood A. 'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries / A. Flood // The Guardian. — URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (дата обращения: 21.01.2018).
7. Keyes R. Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life / R. Keyes. — New York: St. Martin's Press, 2004.
8. Ball J. Post-Truth: How Bullshit Conquered the World / J. Ball. — London: Biteback Publishing Ltd, 2017.
9. Enfield N. We're in a post-truth world with eroding trust and accountability. It can't end well / N. Enfield // The Guardian. — URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2017/nov/17/were-in-a-post-truth-world-with-eroding-trust-and-accountability-it-cant-end-well> (дата обращения: 21.01.2018).
10. Poovey Mary. A History Of The Modern Fact Problems Of Knowledge In The Sciences Of Wealth And Society / Mary Poovey. — Chicago: University of Chicago Press, 1998.
11. Mahler Jonathan. Problem With 'Self-Investigation' in a Post-Truth Era // The New York Times / Jonathan Mahler. — URL: <https://nyti.ms/2izy9EI> (дата обращения: 21.01.2018).
12. Hobsbawm Julia. Where the Trust Lies / Julia Hobsbawm. — 2th Ed. — London: Atlantic Books, 2010.

13. Baggini Julian. Is this really a post-truth world? / Julian Baggini // The Guardian.— URL: <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/sep/17/is-this-really-a-post-truth-world> (дата обращения: 21.01.2018).

14. McRaney D. The Backfire Effect / D. McRaney // You Are Not So Smart. 10.06.2011. URL: <https://youarenotsmart.com/2011/06/10/the-backfire-effect/> (дата обращения: 21.01.2018).

15. Pariser Eli. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You / Eli Pariser.— New York, Penguin Press, 2011.

16. Jackall Robert. Image Makers: Advertising, Public Relations and the Ethos of Advocacy / Jackall Robert & Hirota Janice M.— Chicago, University of Chicago Press, 2000.

17. См., напр.: Против лжи: как Facebook, Google и RT борются с интернет-фейками.— URL: <https://www.stopfake.org/protiv-lzhi-kak-facebook-google-i-rt-boryatsya-s-internet-fejkami/> (дата обращения: 21.01.2018).

18. Fake.— URL: <https://www.stopfake.org/protiv-lzhi-kak-facebook-google-i-rt-boryatsya-s-internet-fejkami/> (дата обращения: 21.01.2018).

*Воронежский государственный университет
Жолудь Р. В., доцент кафедры теории и практики журналистики
E-mail: roman@21vek.org*

*Voronezh State University
Zholud R. V., Associate Professor of Journalism Theory and Practice Chair
E-mail: roman@21vek.org*