

# Круглий стіл журналів «Філософська думка» та «Соціологія: теорія, методи, маркетинг»

---

## КОМУНІКАЦІЯ І ПОЛІТИКА ЗА ДОБИ ПОСТПРАВДИ

---

*Євген Бистрицький:* Для початку спробую пояснити імпульс ідеї організації та проведення цього круглого столу. Це, по-перше, загальна ситуація розуміння особливості сучасної комунікації через, сказати б, конвенційні ЗМІ та, особливо, через універсалізацію, глобалізацію інформаційних потоків у соціальних мережах, сайтах, месенджерах, через контакти завдяки інтернетові. Варто особливо підкреслити надзвичайні інформаційні можливості кожної окремої особи, не лише видатних особистостей, у донесенні інформаційних послань «усім». Це виникнення до останнього часу не чуваної ролі навіть пересічного індивіда у формуванні масової громадської думки через сучасні засоби комунікації. По-друге, вкажу без претензії на вичерпність на поняття, які, незважаючи на їхню поширеність, конче прагнуть прояснення. Серед них — центральне поняття постправди, доби постправди як загальної характеристики часу, в якому ми перебуваємо зараз. Ще у Європі, у Німеччині, говорять про наш час постправди, як час постфактичності (postfaktisch). Далі, з викривленням фактів пов'язане поняття фейку — викривлення фактів, що можна перевірити таким інструментом, як стоп-фейк; і тут присутній Тимофій Милованов, який саме й організував рух «Стоп-фейк» в Україні. Серед понять, які пов'язують з постправдою, часто згадують популізм як спосіб політичної поведінки, що використовує

---

© Є. БИСТРИЦЬКИЙ,  
О. БІЛИЙ,  
А. ЄРМОЛЕНКО,  
Г. КАСЬЯНОВ,  
М. КНЯЖИЦЬКИЙ,  
Н. КОСТЕНКО,  
Ю. МАКАРОВ,  
Т. МИЛОВАНОВ,  
Г. ПЕТРЕНКО,  
В. СТЕПАНЕНКО,  
2018

для власного просування названі мною явища ситуації постправди. Очевидно, що постправда надзвичайно важлива, щоб розібратися в цьому понятті в умовах зовнішньої агресії і тотальної зовнішньої пропаганди з боку агресора-Росії. Адже з цим пов'язують феномен гібридної війни, у якій військові дії супроводжуються офіційним створенням та поширенням фейкової інформації для доведення «неправди» та дезінформації супротивника. Це пропаганда інших цінностей, інших поглядів на світ, іншого світогляду. Ще ситуація постправди є дуже важливою ознакою того, що ми називаємо історичним дискурсом. Далі, нарешті, виникає питання, як можливий режим правди або більш-менш об'єктивної комунікації або донесення об'єктивної інформації за доби постправди. Втім, питання, саме з якого ми з Віктором Степаненком, спів-модератором цього Круглого столу почали думати про його проведення на платформі двох наукових часописів — «Філософської думки» та «Соціології: ТММ», — це національний інтерес в рамках зовнішньої комунікації в умовах постправди. Тому що ми бачимо, яку «русскую правду» просуває пропагандистська машинерія Росії, з якою інформацією про Україну ми — вчені, громадські активісти, політики — виходимо назовні, зустрічаючись з іноземними експертами, політичними діячами, як ми доносимо до них та інтерпретуємо те, що інтерпретується в термінах постправди як нашими супротивниками, так і громадською думкою інших країн, особливо західноєвропейських. Це все питання, які ми окреслили для обговорення. І на цьому я зараз зупиняюся, щоб дати початок більш серйозній розмові, яка, сподіваємось, дещо прояснить усі ці та інші питання як для професійної публіки, так і для громадськості, журналістів, політиків та зацікавлених громадян.

*Наталія Костенко*

### **Українські медіа: ущільнення контекстів недовіри**

Незаперечно, що тема круглого столу відсилає до якихось нових вимірів сучасності, проєціюючи найрізноманітніші образи й інсайти, фокуси й перспективи огляду. Серед них конче доречним лишається уявлення Фуко стосовно режимів істини, що, як і «політика істини», властиві кожному суспільству, передбачаючи типи міркувань, що претендують на істинність, механізми, технології та процедури, що дають змогу виробляти й відрізняти істинні висловлювання від хибних, а також статус тих, кому належить повідомляти те, що функціює як істинне. Відтворення таких режимів не обходиться без сучасної влади, генеалогія якої, за Фуко, вказує, що ця влада стикається з людським життям більшою мірою через соціальні практики, ніж через переконання (Фрейзер). У медіатизованому суспільстві весь цей апарат продукування істини й того, що варто вважати за таку, суттєво розгалужується та множитья.

Сьогодні ми всі перебуваємо всередині медіа, як колись, випереджаючи час, передбачав МакЛуєн, або ж наче перебуваємо, за висловом Скота Леша, всередині створеної ними інсталяції. Усі спроби урезонити ці «всюдисущі»

медіа обертаються на те, що медіа дають відкоша в найрізноманітніший спосіб, безперервно вдосконалюючись технологічно або розкриваючи мимохідь те, що, здавалося б, надійно захищене від публічності. В Україні медіа пройшли той самий шлях, надолжуючи згаяне у глобальних трендах, своєрідно втілених у локальних середовищах. Один із підсумків новітньої історії українських медіа — ущільнення контекстів недовіри до них, що збуджує неоднозначні соціологічні рефлексії, які концептуально варіюють у широкому діапазоні між пошуком соціальних ефектів і медіа-археологією, що артикулює їхню неабияку технологічну впливовість.

Емпіричні свідчення є однозначними: медіа-скептицизм в українському суспільстві помітно зростає за умов дефіциту довіри до інститутів, а також насичення соціуму різноманітними медіа-джерелами. Це не є аж таким дивним на тлі зниження соціальної довіри практично повсюдно, включно з розвиненими країнами, для чого є безліч причин і що актуалізує дискурс про умови й механізми сучасних демократій. У стані системної турбулентності, економічної рецесії, анексії Криму та воєнних дій на Донбасі, тобто у стані «emergency» (термін Славоя Жижека), в якому впродовж останніх чотирьох років перебуває українське суспільство, невисокі показники соціальної відкритості цілком пояснювані й передбачувані.

Концепт «emergency» нині активно дискутується, долучається до кризового вокабуляру, означаючи призупинення налагоджених соціальних та культурних порядків, тимчасове припинення чинних досі правил, затримку або відтермінування декларованого або очікуваного розвитку. Стан, який попри побутування атмосфери «тимчасовості» того, що відбувається, тяжіє до константи, транслюючи відчутні вібрації загального та приватного існування на спосіб життя людей, їхні інтуїції, наміри та дії.

Реальність «emergency», вписуючись у просторово-часові координати сучасної культури — *множинність* та *одночасність*, вирізняється особливими онтологічними характеристиками. У просторовому вимірі — в наявності спотворення географічних кордонів, вилучення зі сфери досяжного окремих територій, деформації просторів медійного доступу: подовження або скорочення дистанцій стосовно окремих місць та культур. У темпоральному вимірі — пульсування апологетики чи, навпаки, дискредитації великих і малих історичних періодів як ставка в легалізації сучасного та найближчого майбутнього, тим часом як індивідуальний внутрішній час, наше «Я, що триває», як його йменував Бергсон, часто-густо є разуче несинхронним ані з астрономічним, ані з заведеним у різних версіях культурним та політичним годинником. Підкреслю: теперішні медіа не лише існують у цьому суспільному стані, але не останньою чергою конституують його, виготовляють «emergency», інвестуючи афективні атмосфери невідкладності та очікування, темпоральної розосередженості, мінливої топології існування.

Тим-таки вплив ЗМІ на поточні контакти довіри у соціумі лишається вельми істотним, попри хиткий авторитет телебачення як визнаного атрак-

тора та справного інформатора. За різноманітності функцій сучасних медіа питання про ефективність їхнього безпосереднього й опосередкованого впливу лишається відкритим, не існує строгої формули його вимірювання. Особливо, якщо взяти до уваги нашу власну ситуацію, де існує необхідність відстоювати національно-політичну ідентичність за умов інформаційних атак ззовні й відповідного регулювання інформаційної сфери, очевидної політичної мобілізації медіа-бізнесу, конкурувальної активності інтернету та соціальних мереж.

Безперечно, існують очевидні *структурні виправдання* стосовно того, довіряти чи не довіряти медіа. Регресійний аналіз даних моніторингу «Українське суспільство» (Інститут соціології НАНУ) визначає два з них найважливішими — *матеріальний достаток родини та регіон проживання*. Перше означає, що з пониженням матеріального статусу суттєво знижується й довіра до публічної інформації, тобто чим гірше живуть люди, тим вони менше довіряють тому, про що повідомляють їх офіційні медіа. Стала й строга регіональна диференціація: із Заходу на Схід траєкторія недовіри різко підвищується, тоді як раніше цих різниць не спостерігалось. 2017 року рівень недовіри у країні становив 50%, тоді як 2013 року ЗМІ не довіряли вдвічі менше — 28%.

Серед *культурних обґрунтувань* домінує політичний аспект у сприйнятті та оцінках медіа. Зіставлення довіри до ЗМІ з політичними установками аудиторій дає зрозуміти, що громадяни розцінюють медіа як інструмент політичного діяння, як публічне висловлення влади або тих, хто до неї нестримно прагне, і нелояльністю до них маніфестують своє незадоволення політичними елітами. Між тим, «медіатизована соціальність» (Фрош), до чого медіа привчили публіку, водночас продукуючи, наприклад, феномени «*дистанційного співчуття*» та «*втоми від співчуття*», або, скажімо, *премедіації майбутнього* (Бек), навряд чи описується в термінах очевидних лінійних залежностей, будучи похідною від глибинних культурних інтенцій, уявлень про належне і бажане, афективних реакцій.

Звісно, сприйняття медіа суттєво залежить від їхнього контенту. За статистично значимими даними «Моніторингу політичних новин» (Академія Української Преси), *стратегії провідних українських каналів* передбачають публічну артикуляцію політичних преференцій їхніх власників та близьких до них політичних гравців, що диференціює аудиторії та вочевидь не сприяє зміцненню довіри до каналів. Утім, недовіра до ЗМІ збуджує і *критичну здатність звичайного споживача*, тоді як безумовна довірливість до них легітимізує його незнання в тих чи інших царинах, оскільки слугує «інструментом інституційної економії» (Розанвалон), скасовуючи завдання перевіряти інформацію та встановлювати її достовірність.

Сприйняття українських медіа як переважно політичного та ідеологічного речника притлумлює очікування людей отримати від них неупереджену інформацію. Виникає дилема: або шукати нові джерела інформації, або

прийняти той факт, що публічна сфера хибує на двозначність, і на таку комунікацію не можна покладатися.

Власне, такі шляхи енергійно опановуються на тлі зростання підключення населення до інтернету, доступ до якого помітно спростився через мобільні гаджети за останні кілька років. А це — можливості радикально інших «режимів істини», яким важко протистояти й чинити спротив. Такі режими базуються як на блискавичному повідомленні про факти та інтереси нових співтовариств, так і на практиках оперування інструментами інфекції, мутації, колонізації різних мереж (Парика), *генеруючи контрольовані суспільства «програмувальників» і «програмованих»* (В. Флосер). Певно, рефлексія з приводу можливої сьогоднішньої конгруентності *ідеї безпеки та свободи слова*, або ширше — транспарентності суспільства набирає силу, але навряд чи пропонує єдино правильні рішення.

**Георгій Касьянов:** Я не знаю цих даних, але впевнений, що вони об'єктивні — у певному сенсі. Мені хотілося б дізнатися, які саме групи висловлюють недовіру чи є якась тонша деталізація? Я можу допускати гіпотетичною, але хотілося б дізнатись точніше. Є ще кілька запитань. Перше таке. Ви збираєте ці дані та проводите опитування, маючи на увазі деяку гіпотезу про те, що до медіа люди виявляють або недовіру, або довіру. Чи маєте ви якийсь запобіжник, аби не потрапити у капкан і з'ясувати, що ваші запитання не сформовані тими самими медіа, чи не є ваше запитання наслідком роботи цих медіа, яким ніхто не довіряє? І друге запитання. З одного боку, бачимо (і соціологія це фіксує), що недовіра зростає, а з іншого — споживчий попит на продукт медіа зростає. Як тут бути?

**Наталія Костенко:** Щодо даних і запитання. Ми використовуємо відтестовані часом методики стосовно довіри до медіа у нашому моніторингу «Українське суспільство», який Інститут соціології проводить з кінця 1990-х років. Запитання подається в об'ємі інших запитань про довіру до соціальних інститутів й вимірюється за однією шкалою. Що ж до того, чи впливають тут самі медіа? Так, безумовно, впливають як загалом на все. Я ж сказала: ми перебуваємо «всередині» медіа, комунікації. Й інакше і бути не може. В усякому разі для наших людей не є проблемою відповісти на запитання: «Довіряєте чи ні». Я ось, звертаючись до вас, могла би спитати, а вам легко відповісти на таке запитання?

**Георгій Касьянов:** Я не цілком довіряю соціологічним опитуванням, тому й запитую.

**Наталія Костенко:** Ось бачите, тут ще чимало чого додається. Що ж до груп, то ми провели аналіз даних 2017 року, останніх на сьогодні. Він показує таку картину. Два чинники є найбільшим структурним виправданням цієї недовіри. Перш за все, це матеріальний статус групи та регіон проживання. Чим нижчий матеріальний статус людини, тим рівень довіри до медіа нижчий. Повторю: сьогодні менший. І це аж ніяк не тривіальна річ. Тобто

виходить: чим гірше живуть люди, тим меншою мірою вони довіряють інформації, що поширюється через соціальні медіа. Це перший момент. Що ж до регіонів, то тут доволі стала регіональна диференціація, і траєкторія недовіри зростає у дивовижний спосіб із Заходу на Схід. В цілому 50% населення не довіряють медіа. А 2013 року таких було вдвічі менше — 28%. При цьому є суттєва різниця по регіонах: у Донецькій області до 70% недовіри, а в західних — 35%. А до 2013 року показники довіри практично не відрізнялися. Загалом годі було й говорити про це.

**Віктор Степаненко (модератор):** Я додав би уточнення щодо тези Н.Костенко у її виступі стосовно зниження показників суспільної довіри до медіа в останній період. Я думаю, Наталія Вікторівна погодиться, що це зниження довіри слід розуміти в контексті загального стану інституціональної довіри в нашому суспільстві. І тут, незважаючи на негативну поточну динаміку, медіа, попри все, зберігають відносно високі показники суспільної довіри — принаймні довіра до них є однозначно вищою, аніж до всіх інститутів влади.

**Наталія Костенко:** У нас не завжди довіряли медіа. Їм довіряли менше, ніж церкві та армії. Так і зараз, але зараз ще й волонтерським організаціям довіряють більше і завжди довіряли більше, ніж президентові та уряду. Виняток становив 2004 рік стосовно президента Ющенка.

*Віктор Степаненко*

### **Об'єктивність і цінності за доби постправди**

Я хотів би продовжити обговорення нашої теми у соціологічній перспективі. І тут однією із ключових проблем, яка, на мою думку, особливо актуалізується за сучасних обставин постправди, є проблема об'єктивності щодо знання та інформації. Великою мірою це зараз спільна проблема як для медіа, так і для соціальних експертних наук, зокрема соціології. І тому мені видається, що розуміння, певні методологічні підходи та канони об'єктивності, що історично формувалися в соціологічній науковій традиції, можуть бути принаймні доречними, коли не певною мірою екстрапольованими і на сучасні медіа.

Тим паче, що для вітчизняної соціології проблематика об'єктивності — це вже не лише методологічні орієнтири та теоретичні рефлексії. Це вже також і практика відстоювання та певний досвід утвердження професійних стандартів, зокрема наукової об'єктивності результатів соціологічних досліджень проти явищ псевдосоціології, наприклад, несумлінних, непрофесійних або маніпулятивно сфальсифікованих опитувань. Останні є також проявом постправди і, як показує вітчизняна практика, вже стали активним інструментом політичних маніпуляцій, особливо під час виборчих кампаній.

Отже, що ж роблять соціологи, аби протистояти псевдосоціології та відстоювати канони професійної об'єктивності нашої науки? По-перше, вітчизняне професійне соціологічне співтовариство вже виробило певні

професійні етичні стандарти та правила («Кодекс професійної етики соціолога» від 2004 року), дотримання яких соціологами дає підстави сприймати певне дослідження як професійно об'єктивне, а відтак — також чесне і відповідальне в етичному розумінні. По-друге, важливу роль у дотриманні цих стандартів та вимог відіграє саме професійне співтовариство, яке формує та розвиває професійний соціологічний етос шляхом відкритих дискусій, комунікацій та своєї організаційної саморегуляції, зокрема через Соціологічну асоціацію України. І нарешті — важливою запорукою об'єктивності результатів соціологічних досліджень є досвід та історія професійної репутації колективів, що проводять дослідження. До слова, тим же медіа та іншим споживачам соціологічної інформації завжди необхідно звертати свою увагу на те, хто проводив певне опитування чи дослідження. Наприклад, фірми-«одноденки», які як гриби після дощу раптово з'являються і таким же чином кудись зникають після виборчих кампаній, мають викликати принаймні здорову підозру щодо об'єктивності результатів їхніх даних не лише у професійних соціологів. Це власне і є елементами соціологічної культури всього суспільства, брак якої є плідною нивою для різних проявів постправди щодо інформації (і не лише соціологічної), її сприйняття та споживання.

Професійна соціологія досліджує соціальні факти та оперує ними як основним предметом свого аналізу. Певною мірою така опора на факти є також спільною паралеллю, яка ріднить принципи роботи наукової соціології і професійних об'єктивних медіа. Так от — проблема об'єктивності у роботі з фактами у ситуаціях постправди полягає не стільки в тому, що одні й ті самі факти можуть бути проінтерпретовані у різний спосіб (ситуація напівповної чи напівпорожньої склянки). Зрештою, якраз різні інтерпретації фактів є неминучими з огляду не лише на різне їх розуміння інтерпретатором, а й на його/її ціннісні позиції. Проблема фактів в обставинах постправди полягає радше у запереченні самих фактів або також у продукуванні псевдофактів та у символічному конструюванні вигаданої та сфальсифікованої реальності на їх підставі. Такими псевдофактами є, наприклад, вигадані кремлівськими пропагандистами історії про «розп'ятого хлопчика», «візитівки Яроша», «згвалтування німецької дівчинки» й т.ін. В обставинах гібридної інформаційної (втім, і реальної) війни, в якій зараз перебуває Україна, об'єктивне сприйняття реальних фактів передбачає, зокрема, визнання таких речей: 1) Україна — є жертва, а не агресор і нападник у цій війні; 2) Крим — згідно з міжнародним правом, є територіальною частиною суверенної України, яка анексована у військовий спосіб Російською Федерацією; 3) військовий сепаратизм на Донбасі та утворення сепаратистських анклавів «ДНР» і «ЛНР» були інспіровані і є можливими лише завдяки прямій військовій присутності та військово-політичній підтримці цього сепаратизму з боку РФ. Симптоматично, що американський аналітичний центр Heritage Foundation у своєму Twitter-меседжі від 5 липня цього року

склав навіть своєрідну пам'ятку щодо деяких з цих фактів президентові Д. Трампу напередодні його запланованої зустрічі з В. Путіним у Гельсінкі.

Отже, за умов постправди професійно об'єктивна соціологія мусить працювати з реальними соціальними фактами, здобувати їх (зокрема, через результати об'єктивних професійних досліджень), а також перевіряти об'єктивність фактів. Приблизно те саме повинні робити і професійні медіа, зокрема у своїх необхідних процедурах перевірки фактів (fact-checking), якими вони оперують і які оприлюднюють.

Тепер повернімося до важливої позиції щодо суб'єктивних цінностей у співвідношенні з об'єктивністю. Дійсно, будь-яка соціальна наука, і соціологія в тому числі, є ціннісно навантаженою. Це стосується і публічного дискурсу. Ціннісне навантаження соціології походить з того простого факту, що саме люди досліджують людей. Ціннісні позиції дослідника виявляються, наприклад, у виборі проблеми дослідження, в тому, що він/вона вважають соціально важливим або культурно значущим у координатах тих цінностей, що існують у суспільстві, а також, як було вже сказано, і у способі інтерпретації фактів. Соціологічний підхід, зокрема у його розумінні М. Вебером, полягає не у запереченні різних особистих та колективних цінностей, а в тому, що соціологи визнають цінності як об'єктивну реальність і спосіб організації людського сприйняття соціальної реальності та досвіду. Дослідник, як і будь-яка людина, має повне право на свою особисту політичну та моральну позицію. Але він/вона не можуть привносити своє суб'єктивне ставлення, яке впливає на процес та результат дослідження соціальних фактів чи явищ. Таку позицію свідомого дистанціювання від особистого сприйняття у процесі дослідження М. Вебер називає «свободою від оцінки». Соціальний факт або явище не є «поганим» чи «гарним» — їх належить сприймати саме як факти без суб'єктивно ціннісних оцінок дослідника. Наприклад, соціолог як людина і громадянин може симпатизувати одному з кандидатів у виборчих перегонах і бути особисто проти іншого, але він/вона не можуть «коригувати» результати передвиборчого дослідження відповідно до своїх особистих симпатій чи антипатій. У цьому сенсі для дослідника об'єктивність — це найвища професійна та наукова цінність і її підміна цінністю «практичною» (або партійною) призводить до підміни об'єктивної науки політичною пропагандою. І тут вже не залишається місця для повного сприйняття та розуміння фактів.

Необ'єктивність наукового дослідження або його упередженість (bias) може також даватися взнаки у недостатній (ба й відсутній) аргументації щодо тверджень та висновків, екстраполяції, нерепрезентативності даних (для соціології — і з критеріями коректності методології дослідження та репутаційної надійності джерел), у селективному підборі фактів, джерел та авторів під свою пре-концепцію і як результат — у певній спрямованій тенденційності. Наприклад, використання лише російськомовних джерел для зарубіжних авторів, які досліджують сучасну Україну може бути одним із



проявів однобічної селективності джерел і несе ризики тенденційного або упередженого сприйняття наших реалій.

І насамкінець хотів би звернути увагу на ще один важливий аспект, якого вже почасти торкалися колеги у своїх виступах. Цей аспект стосується нерівномірності розподілу владних і інформаційних ресурсів, особливо коли йдеться про диспропорції владних геополітичних конфігурацій щодо України та українського контексту. Йдеться про ефект так званої епістемологічної несправедливості. Епістемологічна несправедливість (*epistemic injustice*) — це не про нерівність доступу до знання та інформації (хоча це також важлива проблема), а радше — про нерівноправність диспозицій і диспропорційність взаємин влади і знання, а також — різних режимів знання. Міранда Фрікер, дослідниця цієї тематики (*Miranda Fricker «Epistemic injustice. Power and the Ethics of Knowing», Oxford, 2007*), наводить такі різні приклади епістемологічної несправедливості: 1) поліція може не довіряти або ставитись з упередженістю до свідчень чорношкірої людини саме тому, що вона чорношкіра; 2) сприйняття та доведення фактів сексуальних домагань (*sexual harassment*) є явно проблематичним у культурі, в якій взагалі відсутня або слабо розвинена сама концепція *sexual harassment*.

Так от, за цією аналогією Україна за обставин нинішньої інформаційної війни перебуває в подібній ситуації епістемологічної несправедливості — передусім через несумірність її владних, організаційних та фінансових інформаційних ресурсів порівняно з пропагандистською машиною постправди путінського режиму і більш широко — з огляду на постколоніальну дискурсивну диспропорцію між колишніми колонією і метрополією. До слова, залучення позиції епістемологічної несправедливості дає змогу, наприклад, Ентоні Сміту (*Anthony Smith*) методологічно розмежувати націоналізм північної нації і постколоніальний націоналізм з його елементами визвольної ідеології.

На мою думку, соціальна експертиза та медіа, які досліджують сучасну Україну і її проблеми, повинні також враховувати такого роду, так би мовити, коефіцієнт епістемологічної несправедливості. Критика драматичних проблем трансформації нашої країни необхідна, але ця критика повинна бути конструктивною, аргументованою й такою, що спирається на всі об'єктивні факти. І аналіз проблем, труднощів та недоліків сучасного українського розвитку має принаймні містити розуміння всієї ситуації в усій її складній динаміці та контекстах.

*Галина Петренко*

### **(Не)довіра до ЗМІ: що робити?**

Не домовляючись із колегами, я теж прийшла з темою довіри до ЗМІ. У лютому 2018 року ми разом з КМІС'ом проводили опитування двох тисяч жителів України. Все збігається з тим, що ми щойно почули: медіа споживають, але їм не довіряють. Найпопулярніші ЗМІ в

Україні — національні телеканали. 86% респондентів розповіли, що вони дивляться телеканали, але при цьому їм довіряють лише 57%. На другому місці — національні інтернет-медіа, на третьому — соціальні мережі, далі йдуть локальні медіа та інші джерела інформації. При цьому 5% респондентів сказали нам, що продовжують дивитися російські телеканали, а 5% — це 1,4 мільйона людей. Ще із тривожного я би відзначила той факт, що на четвертому році війни 15% респондентів вважають, що війну на Донбасі розпочала Україна, а ще 33% не знають, хто її розпочав.

Що можна зробити в цій ситуації? Одна з відповідей базується на нашій гіпотезі. Ми не аналізували її кількісними методами, але перевіряли у фокус-групах. Отже, при тому, що в нас не дуже висока довіра до медіа, існує довіра до окремих журналістів. Є загалом така тенденція, що українцям, як і будь-якому народові, завжди потрібні лідери, авторитети. Це багато обговорюють і в Україні, і за кордоном — в тих країнах, де наразилися на подібні проблеми у виборах (зокрема, у Франції).

Все зводиться до того, що в першу чергу слід розвивати в людей медіа-грамотність. Утім, проблема з нею єдина: це запрацює років через 10–15. Ми у своєму дослідженні запитували в людей, чи вони вважають, що українців слід навчати медіа-грамотності, і 60% відповідали ствердно. Але коли ми запитували, чи будуть вони вчитися медіа-грамотності, ті самі 60% говорили, що не будуть. На наше запитання «Для кого призначене навчання медіа-грамотності?» більшість відповідала, що для дітей і підлітків. Відповідно, якщо дітей навчати нині, плоди від навчання виростуть разом з дітьми.

Ще варто подивитися на досвід Франції, де пишуть законопроект про фейки, й адміністрація Макрона дуже налаштована його ухвалити. В ньому достатньо узагальнено досвід інформаційної атаки, що відбулася під час виборів президента Франції, зокрема там є певні вимоги щодо того, аби в онлайн-медіа декларували, хто оплачує ту чи ту рекламу й т.ін.

Можна також порадити розвивати співпрацю медіарегуляторів, як це вчиняють у країнах Балтії: там мають внести такі зміни у своє законодавство, щоб коли медіарегулятор однієї країни виявляє порушення у мовленні якогось телеканалу, то медіарегулятор сусідньої країни міг би взяти до справи ці докази й використати їх у своїй країні, а не розпочинати процедуру збирання фактів і доказів з нуля. Тож зрештою це дасть змогу швидше реагувати на порушення.

*Касьянов Георгій*

### **«Історія знову перетворилася на ідеологічний фронт»**

Я говоритиму як історик. З погляду історика, ми трошки запізнилися з цією розмовою. Якщо б років 20 тому ми почали її, то зараз не було б певних проблем. Зараз у нас дуже популярно говорити на різні історичні теми. Я хочу погодитися з першою доповідачкою стосовно того, що ці питання справді дуже інтенсивно і далі інтенсивніше використовуються

для легітимації сучасних способів мислення, дії й т.ін. І я можу тільки сказати, що коли ми говоримо про об'єктивність, то очевидно, що в історіографії абсолютної об'єктивності не існує. Єдині засади, на які історики можуть спиратися в тому, що називається об'єктивністю, — це так звана дисциплінарна об'єктивність, коли історики домовляються в сенсі певних конвенцій, певних процедур, яким вони довіряють. І на підставі цього вони можуть говорити, що та чи інша історична праця є об'єктивною саме в сенсі дисциплінарної об'єктивності. Я думаю, що це стосується й інших гуманітарних дисциплін. Але це не стосується політичного використання історії.

Історія використовується зараз дуже інтенсивно. А якщо подивитися на виступи Путіна з 2008 року, з бухарестського саміту НАТО, ми бачимо, як історичний аргумент вже з того часу інтенсивно використовувався для обґрунтування територіальних претензій, а в перспективі — анексії. Я не знаю, чи були плани анексії, та виходячи з усіх попередніх подій, можна припустити, що були, можливо, не в такому вигляді, але фактично вся програма 2014 року — з Кримом та «Новоросією» — вже прописана в промові на саміті. Потім Путін багато разів користався різними історичними аргументами, щоб довести «об'єктивно», що Україна як держава не існує, а це стара пісня — ще з середини XIX століття: мовляв, Україна — це витвір зовнішніх сил, їхня «інтрига». Тоді це була «польська» чи «німецька інтрига, в даному разі — вже Заходу, НАТО, Америки. В будь-якому разі тут використовується саме історія як аргумент для анексії та гібридної війни.

З нашого боку, на жаль, мушу констатувати, історія використовується в такий самий спосіб — але цього разу для захисту і контрпропаганди. Тобто якщо ми повертаємось до поняття пропаганди, яке вже теж пролунало тут, то наша реакція — це контрпропаганда. Але на мій погляд, симетрична відповідь не працює, і ми фактично починаємо вживати ті самі методи, до яких вдаються ті, хто власне все це спровокував. Я можу навести приклад — українсько-польські дебати щодо минулого, щодо волинської трагедії, щодо так званої українсько-польської війни. Наша державна установа абсолютно чітко проводить лінію на ту саму постправду, як це роблять з польського боку певні сили. Це конфлікт між правими і популістами з польського боку і правими і популістами з нашого боку. Однак це все подають як конфлікт між Україною і Польщею і конфлікт між поляками і українцями. Хоча насправді це конфлікт між двома політичними сегментами в обох країнах, тими, що сповідують етноцентричний історичний наратив і ніколи не домовляться. І ми, таким чином, приречені на те, що нібито Україна і Польща конфліктують, хоча насправді конфліктують конкретні політичні сили. І це показовий приклад того, що можна назвати постправдою, яка виходить в публічний простір, на міждержавний простір, простір міждержавної політики. Причому обидві сторони визнають, що в цьому зацікавлена третя сила, і попри те продовжують взаємне заперечення, змагаючись кожна за «свою правду».

Згадаймо ситуацію, коли Дуда поїхав відзначати річницю Волинської трагедії в одне місце, а Порошенко — в інше. То є символічна демонстрація обопільної незгоди. А в них є зразок, як колись Кучма із Квасневським зустрічалися, їхні спільні промови на річницю Волинської трагедії. Наразі ж у кожного своя (пост)правда. Вона стає конфліктогенним чинником.

Скажу ще про один дуже складний момент у нашій історичній політиці, і у зв'язку саме з постправдою. Це те, що я б назвав внутрішньою історичною політикою. Зараз, як вважають, відбулася декомунізація, і я не знаю, чи радіти наївності тих людей, які кажуть, що вона завершилася, чи висловлювати їм співчуття. Вони «вирішили проблему» в стилі постправди, запевнили себе, що знесуть пам'ятники Ленінові та перейменують 50 тисяч топографічних об'єктів — і відбудеться декомунізація. Свята простота чи цинізм? Якщо подивитися навіть на досвід центрально- і східноєвропейських країн, декомунізація — це набагато більше, набагато складніше, набагато обсяжніше, ніж просто перейменування. На жаль, те, що ми назвали декомунізацією, супроводжується просуванням і нав'язуванням суспільству певного, також тоталітарного типу нарративу, який викреслює із суспільного простору всі інші форми, які з ним не збігаються. І це вже сформувало цілий шерег проблем, дуже серйозних, і на майбутніх виборах ви побачите, як це вистрелить, як це спрацює саме в тих регіонах, яким нав'язують цей нібито новий, а насправді старий нарратив. Тобто історія, мушу констатувати (і, на жаль, мушу сказати, що десь 95% істориків над цим працюють), історія перетворилася знову на ідеологічний фронт, і на ньому є бійці, і це досить далеко від того, що можна назвати професійним історіоописанням.

*Тимофій Милованов*

### **Продукт споживання vs інформаційний продукт**

Я — економіст за фахом, і тому мою точку зору потрібно розуміти з позиції того, як думають про такі речі економісти. Економісти думають моделями, а саме: яка в людей є мета, які є дії та інформація, яку ці дієвці через себе пропускають, щоб досягти своєї мети. Це просто такий професійний стиль думати про питання. І тому, якщо дивитися на питання ситуації постправди, то поставлю його так: а як би економіст про це думав? У принципі економіст — людина раціональна. Не в когнітивному сенсі, а в тому сенсі, що людську поведінку можна пояснити якоюсь метою. Якщо людина дивиться телеканал «Росія», чи вона дивиться, наприклад, на Фейсбукі якісь емоційно негативні чи позитивні пости, а потім, наприклад, відбувається, як нещодавно, битва з ФІФА, коли всі пішли на ФІФА-сторінку писати протести проти заборони з боку ФІФА колективних вигуків «політичного» характеру, таких як «Слава Україні!»... І це приклад, де емоція дуже важлива. І тому економісти будуть дивитися на це як на питання споживання, а саме, що інформація для людини перетворюється не на інформацію для прийняття раціонального рішення, для правди. Навіщо нам

потрібна правда? Правда потрібна, щоб дізнатися, як правильно прийняти рішення. Навіщо мені потрібно знати, який політик кращий? А для того, щоб мені голосувати за політика, який прийме правильніше рішення, і тоді і мені, і моїй сім'ї, і моєму суспільству буде, можливо, краще жити. Це — якщо мені потрібна правда. Це так, як ми, економісти, думаємо. А якщо правда не потрібна, і мені достатньо емоційного навантаження, і я, навіть розуміючи, що це напівправа, постправа чи просто фейк, все одно це читаю і реагую на це емоційно, то це щось інше. Це вже інтертейнмент, розваги... Для мене це вже не інформація про прийняття рішення. Це вже продукт споживання. І тоді постає питання, як із цим боротися або що можна протиставити продуктові споживання, а не власне інформації.

Чи можна боротися з продуктом споживання, який до себе «залучає» людину, так що вона стає емоційно ангажованою, у такий спосіб, щоб просто тихо і правильно казати, що це неправда? Можливо, це і не спрацює. І тут важливо подивитись на досвід успішних онлайн освітніх курсів. У нас, в Київській школі економіки, є сьогодні на світовому рівні он-лайн курси від EdEra. Курс EdEra, створений разом зі студією онлайн-освіти, — це багато хороших, дуже якісних курсів-модулів. Вони безкоштовні, та майже ніхто їх не закінчує. Водночас є курси Гарварду, МІТ та Оксфорду, які коштують по 3 тисячі доларів за 30 хвилин відео чи, може, за 50 хвилин, тобто дуже мало часу й дуже дорого коштують, і їх багато людей слухають, багато людей оплачують і закінчують. Як це може бути? — Внаслідок перевантаження людини інформацією. Адже щось цікаве можна у Фейсбуці почитати, що завгодно, в тому числі багато лекцій від кращих професорів. Але люди того не роблять, а натомість платять великі гроші за те, щоб менше дивитися і менше читати.

Що ж роблять найкращі практики в освіті, такі як МІТ, Гарвард та інші? Як вони у цих сьогоднішніх умовах залучають загалом перевантаженого студента через соцмережі, щоб він учився, щоб завершив навчання та здобув знання? Вони йому насправді створюють те саме середовище, в якому сьогодні перебуває людина. Вони подають інформацію як продукт. Там є і канали, і телебачення, і форуми, там можна посперечатися. Тобто вони намагаються просто скопіювати те середовище, у якому ми існуємо. Тут вже казали, що сьогодні ми живемо «всередині медіа». Так от вони намагаються взяти людину й помістити всередину медіа. Але це медіа вони роблять контрольованим, щоб там не було фейків. Тобто вони роблять ніби те саме, але на емоційному рівні, так, що це дуже цікаво, що є інтрига, є боротьба. Але негатив вони відрізають і відрізають неякісний матеріал. Тож за це люди платять великі гроші сьогодні. Один приклад щодо курсу, за який я особисто заплатив 3 тисячі доларів — за 6 тижнів. Знаєте скільки там було людей? 277 лише в моїй групі. Це була четверта група. Отже, 4 мільйони доларів за 6 тижнів відео. Відео — 12 хвилин на тиждень. Бо воно там так побудовано, що це тобі замість Фейсбуку. Тобі Фейсбук стає нецікавим. А там є і пост, і форум, там є коментарі, там з тобою спілкуються на будь-які теми. Тобто

для вас намагаються реплікувати ту саму ситуацію постправди, і кажуть: ви будете емоційно перебувати в тому самому стані ексаймента, ентузіазму та задоволення, але ми вам гарантуємо — дурниць там не буде. І ще: ми вам гарантуємо, що там не буде політики, тому що там отакі-то викладачі й т.ін., але на рівні емоцій для вас це — той самий якісний продукт. Тож людина готова сьогодні за це багато платити.

Я не знаю, чи це відповідь, але коли я думаю, як переформувати факт у VoxUkraine у якийсь новий шлях його подання для сприйняття, я думаю про створення таких середовищ, щоб людині було там настільки ж емоційно цікаво, як їй може бути у Фейсбуці, щоб там було щось на кшталт «біжимо на ФІФА-сторінку “бити” ворога!», але, зазвичай, там не має бути тої самої негативної пропаганди. Ось про що ми намагаємося думати щодо подолання ситуації постправди. Це, звісно не зовсім дослідження. Це сторонній погляд щодо створення *емоційної* ситуації, але за умови *правди*.

*Микола Княжицький*

### **Про канали та способи маніпуляції громадською думкою**

До мене вчора в Верховній Раді підійшов один чоловік, як там, зазвичай, буває, і каже: «У мене є ідея, я її виклав на папір. Ми повинні встановити пам'ятник цьому футболістові, який сказав “Слава Україні!”», встановити перед Центральним стадіоном. Ви повинні звернутися до Президента і до мера Києва, щоб поставити йому пам'ятник як символ українсько-хорватської дружби». Я йому кажу: «Зачекайте, ситуація швидко змінюється. І вчора ввечері цей футболіст вже вибачався перед росіянами і казав, як він любить Росію. Але пам'ятник йому ви вже готові були поставити». І ще сьогодні один з моїх колег із народних депутатів ходив залом у футболці з його прізвищем на спині. Отже, в якийсь момент ситуація змінилася кардинально. Це я до того, що таке правда і постправда.

Очевидно, в старій термінології ми б говорили про різноманітні способи маніпуляції громадською думкою. Якщо спрощувати термінологію, оскільки я не філософ — я політик, тож я буду її, природно, спрощувати. Ми всі пам'ятаємо радянські часи і ті виклики, з якими ми стикалися. Тоді телебачення як сприймалося? Нас вчили в університеті на факультеті журналістики, що телебачення, першою чергою, — це система образів, система впливу через емоції на думку і на людину. Це була радянська наука. Був такий собі В. Сапак, колись дуже відомий дослідник телебачення, якого всі телевізійники вивчали, було дуже багато й інших класиків тогочасного радянського телебачення. Про це писали і говорили. І в принципі елемент постправди, коли ми говоримо вже сьогодні, — це якраз переконання людей через емоції, через емоційний вплив, через систему образів.

Отже, ми ні з чим новим не стикаємося. Ми стикаємося з тим, що у нас збільшується кількість так званого транспорту; я маю на увазі транспорту

для передання інформації, інформаційного транспорту. Якщо раніше була обмежена кількість телевізійних частот, які становили головний транспорт, і проста людина мала і фінансовий, і політичний бар'єр для того, щоб цей транспорт використовувати, то зараз, із приходом інтернету, соціальних мереж і різноманітних інших механізмів, такого бар'єру немає. Але за великим рахунком усе інше змінилося дуже мало. Тому що коли цей транспорт був обмежений і найбільшою системою поширення інформації було телебачення (яке й зараз, хоча його роль стрімко падає, залишається лідером, принаймні поки що в Україні), то влада, яка була в нас тоталітарною, мала контроль над цим телебаченням. І створюючи певні системи образів, малюючи різні карикатури (які народилися ще до телебачення, скажімо, в «Окнах Роста» або ще десь) і оживляючи їх на телебаченні, телевізійники доносили ці образи до людей і таким чином впливали на їхню свідомість.

А як це відбувалося в західних країнах, особливо після Другої світової війни? На телебаченні — після Другої світової війни, не відразу, а трошки пізніше — поставили перед собою питання, яким чином забезпечити незалежність цих систем, і створили те саме суспільне мовлення, про яке ми зараз дуже багато говоримо. Але створювали його і в Німеччині, і в інших країнах Заходу, й основний етап його створення відбувався після Другої світової війни. Потім, у 1950–1960-ті роки воно змінило свою функцію. Бо з'явилося приватне телебачення, і власники груп приватних телевізійних каналів, монополій, намагалися впливати на громадську думку для своїх політичних цілей. Очевидно, це було і прибутковим бізнесом, на відміну від сучасної України, але ці впливи були дуже сильними. І як суспільство захищалося? Там почали підсилювати те своє суспільне мовлення, яке вони створили, налагоджуючи систему незалежної комунікації ще до комерційного телебачення. І головна функція системного мовлення в європейських країнах була суспільна і незалежна протидія тим маніпуляціям або тій постправді, яку намагалися створити в той час люди великого бізнесу в Європі, та й у США.

Така само мета була, до речі, й у нас при створенні «Суспільного ТБ», суспільного мовлення. Тут є пан Макаров, який входить в управління «Суспільного». А я з паном Аласанія, головою правління «Суспільного мовлення» весь час веду дискусії, намагаючись переконати, що суспільне мовлення повинне ставити собі за мету бути найпопулярнішим каналом і конкурувати з так званими олігархічними або ж приватними медіа, на що у того інший погляд. Він вважає, що треба займати свою нішу і працювати на тих людей, кому це цікаво. Цей погляд теж має право на існування, але у нас тут розбіжність у поглядах. Бо головна функція суспільного мовлення — якраз створювати певні ліки від маніпуляції чи певні бар'єри. Така функція суспільних медіа була ще й 20 років тому. Зараз вона, звичайно, дещо змінюється. І тут я можу зрозуміти і позицію пана Аласанія, бо зараз ми бачимо, що роль телебачення падає. З'явилися соціальні мережі. І в соціальних мережах кожна людина фактично намагається вплинути на громадську думку,

створити якийсь образ, імідж тощо. Втім, телебачення щодо формування образів все одно йде попереду. Телебачення, кіно і будь-яке візуальне мистецтво, яке більшою мірою пов'язане з творчістю. Але далі це підтримується та поширюється, безумовно, соціальними мережами.

Але ми дуже часто й перебільшуємо їхні впливи. Мені трапилося цікаве дослідження, яке говорило про те, що ми, якщо пам'ятаєте, називали колись Твітер-революцією. Йшлося про події, які відбувалися в Тунісі. Та потім виявилось, що це була ніяка не Твітер-революція, бо основними відвідувачами Твіттера і Фейсбука, які створювали образ тодішніх подій у Тунісі, були іноземці, а не ті люди, які брали участь у подіях. Був дуже великий сплеск впливу інформації на сприйняття цих подій, але це був сплеск серед іноземців, і реальний вплив на події, очевидно, був перебільшений, знову ж таки, тими, хто хотів створити образ потужності Твіттера і Фейсбука. Або в цій реалії постправди ще раз якимось чином зманіпулювали. Це — подвійна постправда.

Що відбувається зараз? Зараз порівняно з радянськими часами майже нічого не змінилося. Тому що завдяки грошам відбувається маніпулювання з боку великих партійних чи політичних груп. Наприклад, і через систему образів волинської трагедії. І відбувається таке, як ви знаєте, не лише в Україні, а й у країнах Східної Європи чи Західної Європи. Зокрема щодо Польщі. Останній приклад — виступ люблінського воєводи, який говорив про жертви волинської трагедії, хоча ще немає ефективних, достовірних досліджень. Вони зараз лише почалися. Я знаю про проект Українського католицького університету щодо дослідження фактичних жертв тих трагедій, збирання даних, наскільки це можливо, про тих, хто тоді загинув. Натомість ми бачимо, що в польських заявах кількість загиблих поляків весь час збільшується, а кількість українців весь час зменшується. Ще три роки тому говорили про 30 тисяч поляків і 10 тисяч українців, потім про 100 тисяч поляків і 20 тисяч українців, а в останніх його заявах було вже 130 тисяч поляків і 6 тисяч українців. Те саме зараз звучить від очільників польської держави. Це цитується польськими медіа, це поширюється, і ми бачимо, що політики такою мірою звикли до маніпулювання, що коли раніше це було соромно, то зараз цей сором минає.

Отже, завершуючи, я хочу наголосити, що раніше були великі фінансові групи, які контролювали спочатку малий транспорт державний і канали телебачення, зараз же вони так само контролюють соціальні мережі, авторів цих соціальних мереж і маніпулюють громадською думкою, створюючи оце тло постправди не лише у нас і не лише в Росії, а й у західних країнах.

*Анатолій Єрмоленко*

### **Як можлива істина в «ситуації постправди»?**

Проблематика «постправди» має науковий, ідеологічний та морально-етичний аспекти і конотації. Адже останнім часом дедалі більше чути про добу постправди, про те, що все має однаковий сенс і не варто взагалі перейматися тим, чи існує істина, чи існують загально-



значущі моральні належності та добродійності. Коли розмивається значення цих понять, так само як і відмінність між поняттями добро/зло, добре/погане тощо, досить легко будь-яку інформацію підробити, що й постає у вигляді фейку, який за визначенням означає підробку, фальсифікацію. І сьогоднішня людина наражається на чималу кількість фейкової інформації, посиленої цифровими технологіями. Особливо таке становище дається взнаки сьогодні, під час так званої гібридної війни. Тому варто знайти інструменти протидії таким явищам, а також запобіжники і засоби їх попередження. Слід зауважити, що словосполучення з префіксом «пост» останніми десятиліттями доволі вживані в соціальних та гуманітарних науках: «постмодерн», «посткапіталізм», «постекологізм», «постдемократія» тощо. Префікс «пост» свідчить про виникнення якогось нового суспільного явища або стану, яке порівняно з попереднім станом є досить невизначеним, недостатньо ідентифікованим, проте має до нього певне відношення. Це стосується й «постправди», яку навряд чи можна назвати історичною добою, або епохою, радше йдеться тут про «ситуацію постправди».

Зазначу, що поняття «правда»/«неправда» дотичні також до таких понять, як «істина»/«хиба». Скориставшись функціонально-системною теорією Н. Лумана, нагадаю, що наука якраз і позначається такими бінарними кодами, як істина-хиба, тимчасом як інші соціальні системи, як ось: економіка, позначаються відповідно: прибуток/збитки; політика: влада/невлада; етика: добро/зло тощо. Заперечення таких понять, як істина/хиба фактично позбавляє науку основних функціональних кодів, так само, як і заперечення таких понять, як добро/зло, розмиває сферу моральності. Завжди домагання істини, домагання значущості (*Geltungsanspruch*) було прерогативою науки і філософії. А розвінчання хиби — від «печер Платона», «критики ідолів» Френсиса Бекона, «позірності Гегеля», «перетворених форм» Карла Маркса до «викривлених комунікацій» Юргена Габермаса — було важливим завданням філософії. Останнім часом якраз ці домагання й підважуються, згадаймо «симулякри і симуляції» Жана Бодриєра, «симулятивну демократію» Інґальфура Блюдорна та ін. До цього належить і концепт «постправди».

Варто зауважити, що в багатьох мовах немає відмінності між словами «істина» і «правда». Коли французький філософ Філіп Рено виступав із лекцією про постправду в Інституті філософії НАН України, часто-густо складно було зрозуміти, де йдеться про істину, а де про правду, адже в французькій мові — це синоніми. Так само й польський філософ Гандзель Міхал-Тадеуш на сквородинівських читаннях в Інституті філософії також зауважив, що такої відмінності немає і в польській мові. У німецькій мові є поняття «істина» (*Wahrheit*), проте немає слова «правда» в нашому розумінні цього слова, а є поняття «правдивість» (*Wahrhaftigkeit*). Проте поняття «правдивість»/«неправдивість» має суб'єктивний зміст. Вони можуть і не претендувати на істину. Скажімо, коли мовець, щось стверджуючи, вважає своє твердження істинним, це одна ситуація. І зовсім інша, коли він, знаючи, що його твер-

дження хибне, свідомо наполягає на тому, що воно є істинним. Це називається неправдивістю, нещирістю, брехнею. Проте, коли людина бреше, визнаючи істину, це інша ситуація, ніж коли вона взагалі істину не визнає. Одна річ — порушувати правила, визнаючи врешті-решт їх чинність, інша — не визнавати їх загалом.

У чому, як на мене, небезпека постправди? По-перше, вона полягає в тому, що ставить під сумнів існування істини як такої, тобто як регулятивного принципу, отже, науки як такої. Цим хибують, зокрема, постмодерністи, стверджуючи, що істини не існує. По-друге, розмивається валідність понять істина/хиба, правда/неправда тощо, на кшталт твердження: «у тебе своя правда, а в мене — своя». Часто-густо в цьому разі цитують відомі рядки із послання Тараса Шевченка «І мертвим і живим і ненарожденним...», вириваючи їх із контексту і перетворюючи великого Кобзаря на такого собі контекстуаліста, релятивіста й непотиста. Проте твердженням «в своїй хаті своя правда, і сила, і воля» Шевченко аж ніяк не відкидав, говорячи сьогоденною мовою, універсалістських цінностей, засадничених християнством.

Заперечення істини — це перформативна суперечність твердження самому собі. Фраза «я стверджую, що істини не існує» і є такою перформативною суперечністю, коли форма твердження, в якому щось стверджується, і її зміст (заперечення цього твердження) суперечать одне одному. Такими суперечностями можуть бути й інші твердження: «я стверджую як істину, що я не претендую на істину»; «я стверджую, прагнучи порозуміння, що я не претендую на порозуміння» тощо<sup>1</sup>. Розробка *процедури виявлення перформативної суперечності* дає можливість перевести проблему граничного обґрунтування істини знання та правильності етичних норм із теоретичної в практичну площину на підставі трансцендентально-прагматичного принципу уникнення перформативної суперечності твердження самому собі.

Цей принцип уможливує переведення розв'язання проблеми очевидності та достовірності знання із площини монологічної рефлексії у площину комунікативно-дискурсивної рефлексії. «Принцип перформативної суперечності самому собі, — як зазначає Карл-Отто Апел, — постає у такий спосіб органом та критерієм інформативного самопрояснення розуму, звідси він є суттєвим критерієм рефлексивної щодо себе дискурсивної раціональності»<sup>2</sup>.

Треба також зазначити, що такі явища, як «ситуація постправди», «ситуація гібридності», виникають у відповідних комунікативних практиках, коли комунікація, спрямована на порозуміння, підміняється комунікацією, спрямованою на досягнення певного результату, тоді комунікація утворюється за

<sup>1</sup> Apel, K.-O. (1987). *Fallibilismus, Konsenstheorie der Wahrheit und Letztbegründung*. *Forum für Philosophie Bad Homburg* (Hrsg. von Kuhlmann W.) (S. 76). Philosophie und Begründung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

<sup>2</sup> Ibid., S.96.

образом і подобою цілераціональної дії, постаючи як стратегічна дія. Таке перетворення призводить до викривленої комунікації, спотвореної певними примусами як внутрішнього, так і зовнішнього штибів. Неправдивість і є такою формою викривленої комунікації, коли прагнуть досягти певної мети шляхом введення в оману, або явної брехні. Проте небезпечнішою є ситуація постправди, коли якесь твердження начебто не претендує на правду, але щось стверджує, постаючи у вигляді прихованого перлокутиву.

У структурі наших висловлювань, до яких належать локутиви, іллокутиви і перлокутиви, таку стратегічну функцію якраз і виконують приховані перлокутиви. З прихованими перлокутивами ми маємо справу щоденно: вони в ідеологіях, пропагандистських акціях, у соціально-психологічних і соціально-політичних технологіях і практиках. У сфері повсякденності ми постійно натрапляємо на них, скажімо, у рекламних практиках. Наприклад, рекламуючи якийсь пральний засіб, рекламний агент нас переконує, що цей засіб кращий за звичайний, при цьому пакування «звичайного», на яке він вказує, нагадує пакування засобу найближчого конкурента. Через таку рекламу споживач потрапляє в пастку, коли його явно не обманюють, але опосередковано вводять в оману, приховано вербуєючи купити той чи той товар. Вербування засобами прихованих перлокутивів переноситься й на політику. Нещодавно натрапив на передвиборчий антирекламний ролик телевізійного каналу News-one, у якому йдеться про політика, ім'я якого не називається, однак уся «картинка» доволі нагадує відомого державного діяча.

Недарма свого часу міністр пропаганди нацистської Німеччини Йозеф Гебельс високо поцінював американську рекламу, вважаючи, що слід багато що взяти від неї для пропаганди ідеології націонал-соціалізму. Адже пропаганда за визначенням є формою комунікації, спрямованою на поширення в суспільстві — світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей *для впливу* на суспільну думку на користь певної соціальної групи. Ключовим словом тут є «вплив», причому байдуже, чи є ця інформація істинною, чи ні. Такою пасткою-запитанням була фраза Гітлера: «Так право для народу чи народ для права?» З першого погляду відповідь на це запитання здається очевидною: звісно, право для народу. Але це тільки на перший погляд. Якщо право матиме тільки емпіричний, фактичний вимір, тобто підпорядковуватиметься емпіричній даності, хай це буде навіть цілий народ, від нього нічого не залишиться. Адже право має не суто емпіричні, а й трансцендентальні виміри.

На такі приховані перлокутиви натрапляємо в різних пропагандистських заходах сьогодні й у нашому суспільстві. Нещодавно одна учасниця передвиборчих перегонів у своїй заяві звинуватила президента в тому, що той не прагне припинення війни, аби запровадити воєнний стан і не проводити президентські вибори. Якою мірою це правда, хай розбираються конспірологи. Адже нам, пересічним громадянам, цю інформацію досить

складно перевірити. Але головна фішка, як на мене, полягає не в цьому, а у висновку заяви, а саме: що цим попереджається ситуація зриву виборів, тобто якщо вибори відбудуться, то автор заяви у будь-якому разі залишиться у виграші, тому що він начебто своєю заявою запобіг зриву виборів.

Але ситуація з постправдою має ще й морально-етичний вимір. Адже заперечення правди/істини призводить до того, що ми ці поняття не можемо застосовувати до виправдання/невиправдання загальнозначущих моральних належностей, що призводить до контекстуалізму, а зрештою — до морального релятивізму й нігілізму. У цьому разі виникає ситуація постправди вкупі із ситуацією гібридності, коли поєднується непоєднуване: комунізм і православ'я, православ'я і фашизм тощо. Особливо небезпечним є сьогодні використання історичної науки та історіографії для легітимації політичних рішень: апеляція до псевдоісторичних фактів: «Крым — исконно русская земля». Такою пасткою в легітимації може бути звернення до традиції, адже на кожну традицію можна знайти ще давнішу традицію. За приклад тут може правити твердження однієї із депутаток, яка заявила: «я прихильниця традиційних цінностей», що, власне, і є такою пасткою, адже при цьому не уточнюється, які саме традиції мають на увазі, адже були часи, коли жінки взагалі не мали виборчих прав, отже, навряд чи можна було стати депутаткою. Проте головне полягає в тому, що традиція не може бути перевірена на істинність, адже традиція чинна, доки вона діє.

Згадаймо, якось Путін, обговорюючи питання початку Другої світової війни, зокрема пакту Молотова/Рибентропа, сказав, що тоді усі так робили, нагадавши, що після Мюнхенської змови і Польща відхопила у Чехословаччини шмат території. При цьому часто-густо використовується фраза, що історія не має умовного способу (російською — сослагательного наклонения, німецькою — Konjunktiv), із чим я категорично не згоден. Я вже якось про це говорив і писав, адже історія не має умовного способу в телеологічному вимірі (справді, не можна повернути події у зворотному напрямі), але історія має умовний спосіб у ціннісно-раціональному вимірі, коли ми переоцінюємо ті чи ті події, роблячи відповідні висновки, аби трагічні події не повторились.

Як на мене, завдання філософської науки якраз і полягає в тому, щоб ставати на заваді такої постправди та відповідних практик, розкривати зміст фейкової інформації, даючи відповідні оцінки тим чи тим явищам та подіям, виробляючи критичне ставлення до інтервенцій відповідних технологій. Це певною мірою «нове просвітництво», завдання розвитку якого висувається останнім часом такими філософами, як Карл-Отто Апель, Юрген Габермас, Клаус Міхаель Маєр Абіх, Ульріх Бек та ін. Ідея «нового просвітництва» стала лейтмотивом ювілейної доповіді Римського клубу. У цьому плані таку роль і має відігравати громадський дискурс, спираючись на відповідні процедури аргументативного дискурсу.

Ці процедури спираються на такі принципи-домагання дискурсу:

а) зрозумілість; б) правдивість; в) істинність; г) правильність<sup>3</sup>, що й уможливує процедуру виявлення перформативної суперечності твердження самому собі, що, своєю чергою, проявляється у таких вимогах:

— аргументативний дискурс вимагає, по-перше, ретельного пошуку фактів, даних, що утворюють емпіричний базис думки, твердження, отже, пошуку істини. Відтак, його *перша* настанова така: шукай вагомшого аргументу!

— *друга вимога* дискурсу міститься вже в першій, уточнюючи її: утримуйся від своїх емоцій, від умовиводів, зроблених нашвидкуруч, від примусу цифрових технологій і некритичних своїх або партійних тверджень в інтернеті;

— із цього випливає *третьа*, соціальна, *вимога* дискурсу: завжди поважай людську гідність усіх тих, про кого ти говориш або пишеш, хай це будуть можновладці чи біженці<sup>4</sup>.

Ці вимоги є й морально-практичними. Відтак важливої значущості набуває практична філософія як етика дискурсу. Виявлення латентних перлокутивів, спрямованих на перекручування смислів соціальної дії, розвінчання політичних технологій маніпуляції громадською думкою і комунікаціями, розкриття механізмів введення в оману тощо і має здійснюватись на основі аргументативного дискурсу. Протидія таким практикам, обґрунтування засобами дискурсу норм та цінностей сучасного суспільного розвитку та відповідна легітимація соціальних інституцій і є першочерговим завданням сучасної практичної філософії як філософії дискурсу. Практична філософія сьогодні має бути також засобом формування відповідних компетентностей сучасної людини, компетентностей, пов'язаних з тим, щоб навчатися дискурсу, вміти критично мислити та аргументувати. Такий процес навчання потребує також громадської й політичної мужності. Мати мужність до розуму сьогодні означає мати мужність до правди та істини, що проявляється в мужності до аргументативного дискурсу як складника «нового просвітництва».

*Юрій Макаров*

**«Безособового висловлювання не існує»**

Я розумію, ці стіни вимагають певного рівня рефлексії, який, можливо, для мене не до кінця досяжний, але у мене в цьому сенсі така філософська позиція — не філософська, а хуліганська. Хуліганська, в тому сенсі, що мені здається, що сам по собі термін «постправа» — це така собі мулечка, значною мірою фейк. Тобто це більше стосується не про-

---

<sup>3</sup> Бьолер, Д. (2014). *Відповідальність за майбутнє з глобальної перспективи*. Переклад з німецької, післямова, примітки Анатолія Єрмоленка (с. 62). Київ: Стилос.

<sup>4</sup> Бьолер, Д. (2017). Розмисли щодо нашого осереддя в умовах зовнішніх і внутрішніх загроз. Переклад з нім. А.Єрмоленка. *Філософська думка*, 2, 54.

цесів, а їхнього відбиття, їхньої рефлексії та знецінення самих інформаційних процесів. Відмінності, безумовно, існують між тим, що діється зараз, і тим, що діялося навіть 25 років тому, але вони переважно все ж таки стосуються, як було справедливо зазначено, транспорту інформації та кількості інформації. Кількість змінюється експоненційно, тут нічого не скажеш. Але це не означає, що самі принципи її функціонування значною мірою змінилися порівняно з домодерною добою, коли інформація або переходила в дуже вузьких громадах, за принципом свій/чужий, або був ще такий інструмент інформації, як свого роду базар, який якраз і виконував ту функцію ніби дистанційованого від вузького середовища органу постачання інформації. Треба нагадати, про всяк випадок, що навіть напередодні модерної доби, напередодні появи засобів масової інформації як таких, тобто десь між 1440-м — роком створення друкарського верстата — і 1517 роком, коли Лютер прибив на дверях церкви, оприлюднивши там, свої тези, у Європі функціювало до півмільйона примірників памфлетів. Звісно, тоді фактично вся ідеологія і значною мірою політика відбувалися у релігійному ключі, але попри те нічого аж такого нового в наш час, по суті, не відбувається, окрім однієї серйозної історії. Ця історія — це усвідомлення суб'єктивності і суб'єктності інформації. Коли ми розглядаємо кожне окреме повідомлення, ми дуже часто абстрагуємося від тієї обставини, що поза контекстом — і синхронним, і діахронним — окреме ізольоване повідомлення не є релевантним, тільки якщо його вставити в контекст і тільки якщо воно має певне посилення на джерело витоку.

У цьому сенсі я дозволю собі згадати таку не дуже здається популярну у нас постать, як угорець Майкл Полані.

**Євген Бистрицький:** Автор відомої книжки «Tacit Knowledge» — «Приховане знання».

**Юрій Макаров:** Точно. Він підкреслює, що саме по собі послання, яке здається безособовим, в самому собі містить певне твердження, додаткове — «я автор цього послання стверджую, що це правда». Безособового висловлювання не існує, це може бути імпліцитним, але це є саме по собі. В цьому сенсі, скажімо, падіння довіри не є ані добрим, ані поганим. Ідеться про те, в якому сценарії ця довіра зростає або падає — в архаїчному чи модерному? Якщо це архаїчний тип сприйняття свій/чужий, і свій — це добре, і є ще якийсь «базар», який ми не контролюємо, який ми, перепрошую за вульгаризм, «не фільтруємо», то це один тип. Але якщо я прагматично або на підставі якогось консенсусу у своїй соціальній групі визнаю певні джерела авторитетом, тоді я наближуюсь до більш сучасного сприйняття інформації. В цьому сенсі, для мене є прикладом, скажімо, «New York Times».

Я дозволю собі тут послатися на мого приятеля. Є такий дуже непоганий російськомовний письменник, американський російськомовний письменник Олександр Геніс. Його більше пам'ятають у парі — як «Вайль і Геніс», але Вайль уже помер, а Геніс пише. Він у своєму есеї, присвяченому

улюбленій газеті «The New York Times», пише: «Проиграв інтернету, поумневшая газета тепер не стільки ділиться інформацією, скільки захищаєт от неє читателя, отбирая и открывая наиболее важное». Тобто, увага! Гасло «The New York Times» не змінюється, починаючи приблизно з 1880 року: «All the News That's Fit to Print» (Всі новини, які заслуговують на те, щоби бути надрукованими). Тільки якщо 100 років тому вони робили акцент на «All the News» (всі новини), то тепер, по суті, йдеться тільки про ті новини, які на те заслуговують, які ми, «The New York Times», вважаємо такими (це певний колективний авторитет, завойований десятиліттями). А без решти ви можете обійтися спокійно. І це дуже модерна і водночас дуже далека від постмодерну постановка питання.

Тобто йдеться про створення певних брендів. Оце, про що тут казав Микола Княжицький, є певний «сервський метр». Пам'ятаєте? Ніхто зараз не міряє тим еталонним метром, який зберігається в Севрі під Парижем, але саме розуміння того, що ми зіставляємо з цим авторитетом, з метром, воно, в принципі, вможливує інженерну комунікацію по всьому світу там, де функціює метр, а не фути та дюйми.

І останнє. Можливо, це справа принципів, те, яким чином ми маємо протистояти інформаційній диверсії. Мої друзі, які працюють у Maidan.org.ua, постійно досліджують певні інформаційні диверсії. Вони помітили, що якимось дивом для Москви повідомлення про можливий томос автокефалії для української православної церкви був сюрпризом. Москва два дні мовчала. І в цей момент з'ясувалося, що в ці дні функціювання цього меседжа, його обговорення виявилось напрочуд конструктивними, спокійними, надзвичайно спокійним, неконфліктним. Щойно вони у Москві отямались, і це значною мірою викликало, перепршую за не конвенційне слово, срач... Це власне означає, що ми самі не усвідомлюємо, якою мірою наш інформаційний простір засмічений подібними речами. І це означає, що ми маємо відповісти на питання, що ми можемо цьому протиставити. Далі стріляти по кожній цілі чи все ж таки створювати систему отих авторитетних брендів, які за модерним типом дозволяють вибудовувати довіру в суспільстві?

*Олег Білий*

### **Режими істини**

Мені здається, нам треба вибрати один з двох режимів істини/правди. Це або режим істини розуміння або питання постправди. Тому що сьогодні Наталя Костенко дуже вчасно нагадала мені оцю давню ідею Фуко, яку він висловив в одному з пізніх своїх інтерв'ю під назвою «Істина і правда». Це велике інтерв'ю, і єдине, що ще не прозвучало тут, це одна важлива конотація в цьому інтерв'ю, на яку слід послатися. А саме: що режим істини безпосередньо пов'язаний з ефектами зла. Істина постає власне як продукування директивних процедур, які виробляють фактично наративи влади. І оце треба мати на увазі.

В цьому сенсі я можу сказати, що споконвіку найбільшим продуцентом рейкових, або перекручених новин була держава. І це зрозуміло, тому що це пов'язане з кількома такими колізіями, дилемами. Одна — це дилема безпеки. Як вижити в конкурентному середовищі? Це питання, яке стоїть перед кожною державою. І одночасно (я зараз кажу про демократичне суспільство, правову державу) існує ціннісна норма стосовно того, що саме треба передавати достовірну інформацію, інформувати громадян. Але з іншого боку, існує норма, за якою держава має захищати свою безпеку. Тому в цьому вимірі дискурс усіх державців — це продукування фейкових новин. Зазвичай «фейкових» в лапках.

Жодна держава та інститути, що її вособлюють, власне, інструменти здійснення режиму істини не дозволять собі, наприклад, запропонувати суспільству неправдиву інформацію про зміну курсу валют. Тому що це може спричинити катастрофічні наслідки і взагалі дестабілізувати життя в державі. І зрештою, є потреба чи необхідність захищати корпоративний інтерес владної групи, яка в цій державі панує, домінує в певний період. Це стосується, можливо, теж усіх типів держави, всіх типів можновладців. Але треба сказати про цю суперечність між корпоративним інтересом, корпоративною потребою і загальнонаціональними інтересами.

В тоталітарному суспільстві існував інший режим істини. Продукування істини не обмежувалося лише директивними процедурами, але завжди доповнювалося силовим компонентом. Я маю на увазі тоталітарні та авторитарні режими. Тобто це такий симбіоз між дискурсивним насильством, промиванням мізків і фактичним фізичним насильством, яке доповнює і робить легітимним або забезпечує легітимність цьому дискурсивному насильству. Так само діяло КДБ в СРСР, так само працює й ФСБ в сучасній Росії.

Я хотів би звернути увагу ще на одну обставину. Тут прозвучала думка про те, що сьогодні дуже низька довіра до медіа. Треба мати на увазі, що соціологія, а надто сучасна електронна соціологія, сама є продуцентом оцих стратегій, або режимів істини. І вона займається фактично тим, що я б назвав стратегічним бриколажем, свідомим поєднанням різнорідних меседжів. Це ми бачимо, коли у медіа вкидаються прізвища Вакарчука, Зеленського як можливих кандидатів у президенти, що поєднує їх імена з прізвищами політиків, які напевно є реальними кандидатами. Внаслідок цього царина громадської думки втрачає важливі орієнтири. Бурдье, відомий французький соціолог, говорив з цього приводу, що громадської думки не існує. Чому? Тому що порядок денний — це утвердження наративів влади. І порядок денний, він певним чином узгоджений з інтересами чи то корпоративних груп, чи то провідних політичних дієвців у країні. Через те я б не користувався лише даними соціологічних досліджень. Скажімо, довіра до соціології може бути такою ж, як і до багатьох повідомлень сучасних засобів масової інформації.

Тим паче треба взяти до уваги ще одну важливу обставину. Довіра стосується насамперед міфу, міфології, бо міф спрощує, заколисує, дає затишок,



а істина тривожить, вона викликає почуття страху в людини, через що людина мимоволі особливо тягнеться до емоційно відволікальних чи заспокійливих фейкових новин. Особливо в сучасній ситуації, коли багато хто не сприймає дії сучасної української влади. Принаймні існує такий критичний настрій у людей, бо попри всі революційні очікування чи, як це в соціології називається, революцію очікувань в останні роки відбулося зниження рівня життя. І через те більшу довіру викликають критичні повідомлення у бік влади, особливо фейкові. І в цьому сенсі в кошику збирається весь інформаційний смітник-бриколяж, із значною кількістю критичних викриттів, але фейкових викриттів. Ось у чому я також бачу проблему.

Я хотів би звернути увагу на ще одну важливу річ стосовно нашої сьогоднішньої дискусії. Сьогодні виступав економіст Тимофій Милованов і говорив про раціональність сучасної економіки. Економіка теж значною мірою підлягає режимам істини, про які я казав. Я маю на увазі економіку в тому, принаймні, сенсі, що вона функціонує як публічне явище і як стратегія урядування, а не як математична дисципліна. Існувала радянська статистика. І був відомий американський автор, що написав про методи радянської статистики як методи диффамачії. Ми постійно стикаємося з різними і змінюваними режимами істини. Зараз відбувається зміна такого режиму. Держава відчула, що в неї є сильний конкурент у вигляді корпоративних груп і приватних медіа, і це викликає певне невдоволення, тому що є досить потужна конкуренція. Яким чином вийти з цієї ситуації? У мене прямої відповіді немає, але я точно знаю, що принаймні так звана асиметрична відповідь, про яку говорив пан Касьянов, мені здається хибною, тому що будь-які асиметричні відповіді стосуються лише частини проблеми і частини інструментарію боротьби за достовірність інформації. Так само, як війська спеціального призначення — це частина ведення війни, лише військовий інструментарій. Про це якраз американські стратеги говорили. У нас насамперед є константи, поза якими, мені здається, і режим істини не існує. На сьогоднішній день це — питання людської безпеки, питання захисту суверенітету і те, що називається контрпропагандою, та війна наративів. Це, зокрема, і війна пам'ятників, вона взагалі незуживна. Тому що ми ніяк не можемо бачити історію інакше — лише як історію переможців.

**Євген Бистрицький:** Дуже дякую. Коло виступів завершено. Є час для реплік, коментарів, відповідей на них, а також для вточнення та узагальнень висловленого і почутого.

**Георгій Касьянов:** Я хотів би прокоментувати згадку щодо асиметричної відповіді. Це може подобатися або не подобатися, але всі наші відповіді, всі, якщо йдеться, наприклад, про відповідь Росії, вони всі вже асиметричні, хоча б тому, що наші ресурси набагато обмеженіші, ніж у Росії, в тому числі в інформаційній війні, чи як там її називають. Коли йдеться про асиметричну відповідь, зовсім не йдеться про те, щоб не відповідати. Я можу

навести приклад зі спорту. Є такий різновид боротьби, називається айкідо, коли ви використовуєте енергію противника для того, щоб його перемогти. В даному разі, коли йдеться про асиметричну відповідь, я маю на увазі саме це. Відповідати на одну брехню іншою брехнею — це не є асиметрична відповідь. Тобто це симетрично, але в поганому розумінні. І відповідати на контрпропаганду такою самою контрпропагандою теж не є ефективним. Це показав, наприклад, досвід Другої світової війни. Тому коли йдеться про асиметричну відповідь, йдеться про те, щоб знаходити інші способи деконструкції, заперечення або ліквідації тих смислів, дискурсів, які нам нав'язуються ззовні в інформаційній війні. Я порушую питання і не можу дати рецепт... Я не можу дати конкретних порад. Це мають зробити спеціалісти, але можу сказати, що відповідати потузі, яка має набагато більші ресурси, меншими ресурсами, але так само, тими самими методами — це заздалегідь програшний варіант.

**Наталія Костенко:** Насправді це ситуація постправди, як ми її називаємо. Цілком зрозуміло, що сьогоднішній ринок соціологічних досліджень — і не тільки у нас в Україні — досить широкий. І, звичайно, було б непогано, якби ті, хто користується цими даними, орієнтувалися на хороші, як тут говорили — авторитетні, бренди. Тобто на ті дослідницькі бренди, які застосовують перевірені методики, перевірені технології та надають верифіковані емпіричні дані. Цього хотілося б нам усім побажати. І ще: йшлося про те, що мало що змінилося, за винятком транспорту інформації. Це справді так. Але ось ця зміна транспорту — вона дуже істотна. Вона змінює той самий режим істини або вносить в нього дещо дуже суттєве. І звичайно, це пов'язане перш за все з інтернетом. Понад те, у нас ця історія триває лише кілька останніх років, коли інтернет став доступним зі смартфонів. Звичайно, ситуація загалом змінилася досить відчутно за кількістю користувачів. І ось цьому новому режиму істини, в який ми потрапляємо, важко протистояти і опиратися йому. Він ґрунтується як на блискавичному оповіщенні про факти та інтереси нових груп, так і на практиках оперування інструментами інфектування, мутації, колонізації, генеруючи тим самим контрольоване суспільство «пограмованих» і «програмувальників». І це насправді дуже суттєво; те, що ми зараз спостерігаємо з усіма цими кібератаками, втручанням у вибори та ін. Це ж не просто шкідництво, це новий режим, який ми не можемо не прийняти і в якому ми не можемо не жити.

**Віктор Степаненко:** У цьому повороті наших обговорень я хотів би відіслатися до деяких моментів свого виступу, а також до тих позицій щодо дисбалансу правди і постправди, які вже лунали у виступах моїх колег — Георгія Касьянова, Олега Білого, Юрія Макарова. Тут є важливою проблема свободи слова під час інформаційної війни. Як на мене, сама позиція свободи слова є більш уразливою за умов постправди. Точніше: позиція того, хто дбає про свободу слова, є заздалегідь уразливою перед тим, хто не дбає про цю свободу. Я не спеціаліст, це питання для медійників: яким чином той

баланс між безпекою, патріотизмом і національним інтересом, з одного боку, і свободою слова — з іншого, може бути дотриманий під час війни?

На жаль, ця тема все ще не дуже актуалізована. І тут ми дійсно маємо вже згадувану мною у виступі проблемну ситуацію епістемологічної несправедливості. Різні моменти епістемологічної несправедливості можна також екстраполювати на нашу позицію у війні. І експерти, і медійники, як на мене, повинні враховувати цей коефіцієнт епістемологічної несправедливості. Скажімо, коли ми говоримо про Україну назовні, треба, наприклад, об'єктивно пояснювати певні наявні в нас деформації у проявах націоналізму і радикалізму. Натомість об'єктивність полягає в тому, аби роз'яснювати контекст, щоб показати, як український націоналізм був пов'язаний з історією визвольних змагань та боротьби за незалежність України. Власне, боротьба за незалежність не була б можлива без підтримки націоналізму — те саме ми бачили й на Майдані 2014 року. Тобто пояснення, чому і звідки взявся «поганий» націоналізм, завжди потребує, особливо для зарубіжної аудиторії, такого введення в контекст щодо України, історії націоналізму і того, як він просував власне незалежність. Я хочу сказати, що об'єктивність щодо фактів завжди передбачає також знання й аналіз причин та історії питання. Тому не лише експерти, але й медіа-коментатори повинні не констатувати, але й аналізувати факти, пояснювати, чому те чи те відбувається. Це підхід, що його Вебер називав «розуміючим».

Знову ж таки — повертаючись до нещодавньої історії Майдану. Ніхто ж не буде заперечувати активність і жертвовність націоналістів у цих процесах. А що тепер робити з певними радикальними деформаціями націоналізму? Адже певною мірою, це, так би мовити, побічний ефект того, що визвольна енергія Майдану сприйняла і великою мірою живилася цим рухом. Тепер і справді виникає потреба в нейтралізації побічних ефектів націоналізму, його екстремістських та ксенофобських проявів. І тут саме громадянське суспільство, його інтелектуали повинні стати тією референтною групою, яка може консолідувати здорові сегменти громадянського суспільства й дистанціюватися від нездорових, екстремістських, ксенофобських тощо. Але це самоочищення має тривати всередині самого громадянського суспільства, яке також потребує постійних трансформацій і розвитку. Це також тема дисбалансу, особливо в інформаційній війні, що потребує розуміння і пояснень, врахування ситуації як вона є. Адже багато речей про Україну сприймаються, особливо зовнішньою аудиторією, поверхово, без розуміння контенту і контексту.

**Анатолій Єрмоленко:** Я хотів би сказати про те, що ми маємо усвідомлювати, що тут існує об'єктивна суперечність. Я маю на увазі: правду та постправду, як, мабуть, і модерн та постмодерн. З одного боку, ми будуємо громадянське суспільство, демократичні інституції, які потребують суверенної особистості, яка, за Кантом, повинна мати мужність жити своїм власним розумом. Це одне. А з іншого боку, складність сучасного суспільства розбу-

довує інші стратегії. Чому? Тому що окремішня людина якраз не може розібратися в усіх цих інформаційних потоках, які існують. У книжці Шельскі «Роботу виконують інші» йдеться про те, що виникає новий клас мислепродуктивців, який і має задавати, екстраполювати готові смисли тим, хто не може сам цього робити. Ось вам суперечність. Як ми можемо виходити із цієї суперечності? Це реальна суперечність, яка і полягає в тому, що в складному суспільстві дуже важко розібратися в усіх тих потоках смислів.

**Олег Білий:** Що стосується істини у зв'язку з наукою. По-перше, стосовно виступу колеги Анатолія Єрмоленка: у Габермаса, якого вже згадували в обговоренні, є книга, яка називається «Наука як ідеологія». Тобто він теж застосовує опосередковано поняття режиму істини. Мені здається найкращою ілюстрацією співвідношення режиму істини і фейків влади міг би бути один історичний анекдот. До Сталіна зайшов Семен Михайлович Будьонний, і Сталін його звинувачує: мовляв, ти не любиш мене. Той зі страхом і трепетом: Як же? Сталін відповідає, що, якби любив, то подарував би мені свою фотографію. Будьонний негайно замовив фотографію, її принесли, і підпис був такий: «Основателю первой конной армии, Иосифу Виссарионовичу Сталину». Тут Сталін послав Поскрьобишева по свою фотографію і подарував Будьонному з підписом: «Подлинному создателю первой конной армии». Це анекдотичний, але влучний приклад того, як співвідноситься режим істини з дійсністю, і не лише в тоталітарному суспільстві, мені здається. Це і в демократичних суспільствах працює.

**Анатолій Єрмоленко:** Так, є у Габермаса книжка «Наука і техніка як ідеологія», але це не означає, що наука тільки ту функцію виконує. Наука і філософія — вони якраз і мають таке домагання істини. Я не зрозумів зрештою тези стосовно того, що ФСБ та інші спецслужби продукують істину.

**Олег Білий:** Я не говорив про те, що спецслужби і влада продукують істину. Вони беруть участь у підтримці дискурсивного насильства. Вони підтримують дискурсивне насильство, здійснюване апаратом пропаганди.

**Євген Бистрицький:** Разом з усіма учасниками Круглого столу я вважаю, що тема, порушена сьогодні в нашому обговоренні, є надзвичайно важливою. Вона важлива і для наукових досліджень, і для практичної соціології в контексті з'ясування сприйняття інформації у ситуації постправди та ведення ефективної політики всередині країни й назовні. Але не лише для теоретичних та практичних цілей. Прояснення суті питання про, як тут влучно згадували, режими істини в наш час потрібно нам самим, людям, щоб орієнтуватись саме на істину як те, що задає сенс буття. В цьому сенсі людина потрапила в цілком нову ситуацію, нову добу стану людини. Її новизна межує з новою небезпекою — породженням неправди з утвердженням своєї істини кожною окремою спільнотою. Про це сьогодні вже згадували, коли йшлося про нібито неунікненну підтримку дискурсивного насилля з боку влади. У цьому сенсі йдеться про найглибші джерела того, що охоплюється поняттям «доба постправди». Я маю на увазі очевидне зіткнення «правд» різних

спільнот, які переживаються ними як істини, що об'єднують їхнє культурне, політичне, соціальне й т.ін. переживання власної буттєвої правоти.

Микола Княжицький наводив приклад інтерпретації Волинської трагедії польськими політиками, та й дослідниками, які наводять факти, що доводять історичну провину українців. Це, думаю, не є прикладом свідомої неправди з боку політиків та політично й патріотично заангажованих поляків. Для них істина виступає в обличчі саме так інтерпретованих фактів великої трагедії двох народів-націй. Хіба у свідомому інформаційному шахрайстві — у маніпуляціях, фейках, прямій брехні тощо — криється найглибше джерело ситуації постправди? Як показує наша сьогоднішня дискусія, суть питання в жодному разі не зводиться до такого примітивного висновку. Так само, як її виправлення, боротьба з неправдою при універсальному транспорті інформації — запам'ятаймо цей концепт — не може бути успішною лише на шляху «стоп-фейк» досліджень і кампаній, так само як і моралізаторства на кшталт: «Люди, будьте чесними!» Джерело постправди перебуває в тому місці, з якого виходить виправдання всіх її жахливих вад — комунікації неправди. Воно виправдовує використання всіх можливостей сучасної комунікації для чесного чи прагматичного — безвідносно до принципів моралі чи права, які можна назвати універсальними чи міжнародними, — утвердження власного бачення, власних сенсів як істинних. Таке виправдання відбувається як захист способу саморозуміння чи способу життя тієї чи тієї спільноти — політичної, національної, культурної, професійної, так само за політичними, світоглядними чи груповими інтересами. Так є, і що цьому можна протиставити, залишається центральним питанням нової доби постправди. За браком наразі часу для висловлення своїх міркувань на тему взаємин людської правди і образу спільної для всіх — «філософської» — істини я дозволю собі на правах одного з модераторів цієї дискусії, висловитися окремо, в журнальній статті, що її буде наведено після матеріалів круглого столу.

Ще раз дякую всім за участь, за високий рівень обговорень, про який «свіжа голова» на наших круглих столах, новий учасник Тимофій Милованов сказав, що це було дуже глибоко.

#### *Учасники круглого столу*

---

*Бистрицький, Євген (модератор) — доктор філософських наук, професор, Інститут філософії НАНУ ім. Г.С. Сковороди.*

*Білий, Олег — доктор філологічних наук, професор, Інститут філософії НАНУ ім. Г.С. Сковороди.*

*Єрмоленко, Анатолій — член-кореспондент НАНУ, директор Інституту філософії НАНУ ім. Г.С. Сковороди.*

*Касьянов, Георгій — доктор історичних наук, професор, Інститут історії НАНУ.*

**Княжицький, Микола** — народний депутат, голова Комітету Верховної Ради України з питань культури і духовності.

**Костенко, Наталія** — доктор соціологічних наук, професор, Інститут соціології НАНУ.

**Макаров, Юрій** — журналіст, телеведучий, документаліст, письменник.

**Милованов, Тимофій** — в.о. президента Київської школи економіки.

**Петренко, Галина** — директор громадської організації «Детектор медіа».

**Степаненко, Віктор** (модератор) — доктор соціологічних наук, головний редактор часопису «Соціологія: ТММ», Інститут соціології НАНУ.

---