

## Технология фактчекинга в борьбе с «информационным мусором»: проблемы и перспективы

Бочаров А. Б., Демидов М. О. \*

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; \*demidov-mo@ranepa.ru

### РЕФЕРАТ

В статье ставится вопрос о существовании в условиях реальности постправды, актуализируется проблема размывания границ между достоверностью и недостоверностью, истиной и ложью, фактами и фейками, и формулируется императив необходимости противостояния этому. Цель работы — анализ приемов/правил фактчекинга как технологии определения достоверности поступающей и транслируемой информации. Теоретическое содержание фактчекинга вкuple с набором приемов/практик сегодня в фокусе внимания многих дисциплин, прежде всего социологии массовых коммуникаций. Методологической базой статьи стали разработки и подходы отечественных и зарубежных исследователей, специализирующихся в области анализа массмедиа. В качестве вывода формулируется положение о том, что знание правил фактчекинга это не только профессиональная компетенция, а прежде всего мировоззренческая установка на предпочтения факта, а не фейка, ориентированная на закрепление примата ценности истины и неприятие лжи. В качестве главного результата предьявляется необходимость дополнения и закрепления профессиональных информационно-коммуникационных компетенций общекультурными.

*Ключевые слова:* постправда, фейк, фактоид, фактчекинг, информационный мусор

**Для цитирования:** Бочаров А. Б., Демидов М. О. Технология фактчекинга в борьбе с «информационным мусором»: проблемы и перспективы // Управленческое консультирование. 2020. № 12. С. 102–111.

## Fact-checking Technology in the Fight Against "Information Debris": Problems and Prospects

Andrey B. Bocharov, Mikhail O. Demidov\*

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management, Branch of RANEPА), Saint-Petersburg, Russian Federation; \*demidov-mo@ranepa.ru

### ABSTRACT

This article raises the question of the existence in conditions of post-truth reality, actualises the problem of blurring the distinctions between reliability and unreliability, truth and falsehood, facts and fakes, and states the imperative of the need to confront this. The aim of the work is to analyze methods / rules of fact-checking, which is a technology for determining the reliability of incoming and broadcast information. Nowadays, many disciplines, especially the sociology of mass communications, are focused on the theoretical content of fact-checking and its set of techniques / practices. Approaches and development results of domestic and foreign researchers of mass media form the methodological basis of this article. As a result, the statement is that knowing rules of fact-checking is not only a professional competence, but an ideological setting for preferring the fact to fake, focused on consolidating the primacy of the value of truth and rejection of lies. The main conclusion is recognition of the need to supplement and consolidate professional information and communication competencies with general cultural ones.

*Keywords:* post-truth, fake, factoid, fact-checking, information debris

**For citing:** Bocharov A.B., Demidov M.O. Factchecking Technology in the Fight Against "Information Debris": Problems and Prospects // Administrative consulting. 2020. No. 12. P. 102–111.

## Введение

Еще французский теоретик постмодернизма Жан Бодрийяр в работе «Другой через самого себя» (1987) провозгласил с изрядной долей горечи: мы отныне живем в мире гиперкоммуникаций, мы захлебываемся от потоков, хлынувшей на нас информации. Информация перестает быть релевантной событиям, и сама становится событием, прельщающим и соблазняющим нас. Телевидение — это «жвачка для глаз» (по словам Мейсона Брауна), которая продуцирует только одно — соблазн просмотра. В этих условиях массмедиа выступает как «генератор социального гипноза», попадая под влияние которого, мы становимся согласованно чувствующим, думающим и живущим единым коллективным телом. При дальнейшей медиатизации, существования в условиях «текущей реальности» (по З. Бауману) и релятивизации ключевых ценностей, мы неизбежно столкнемся (и уже сталкиваемся) с проблемой не различения лжи от истины, с упразднением онтологической и аксиологической асимметрии между фактом (истиной) и вымыслом (ложью).

Переход от меритократии к медиакратии, происходящий в настоящий момент, — это возможность кому-то войти в правящую политическую элиту, ведь сегодня «информация — это власть», точнее, «будущее власти», проявление «мягкой силы» (по Джозефу Наю), как умения договариваться, общаться, то есть коммуницировать<sup>1</sup>. Иными словами, в широком смысле это владение информационными/коммуникативными технологиями, открывающие возможность профессионально состояться в качестве успешного медиакоммуникатора, то есть преуспеть в медиасфере, например, в журналистике. Профессионализм здесь тождественен компетенции, связанной с процедурами различения транслируемой/публикуемой информации.

За последнее время невероятно возрос поток публикаций, посвященных «политике постправды», что связано с процессами деполитизации ключевых ценностей, образующих основу политического словаря. Результат — складывание политического дискурса, ориентированного на эмоции, но не на разум. А в условиях реальности «постправды»<sup>2</sup>, когда происходит релятивизация ключевых экзистенциальных ценностей, возрастает значимость защиты примата истины, отстаивание онтологической, аксиологической асимметрии между правдой и вымыслом, фактами и фейками/фактоидами. Поэтому картина мира современного человека пребывает в зоне турбулентности: в мировоззрении прошлого она уже не вписывается, а мировоззрению будущего еще не адекватна.

Эти проблемы уже не относятся к разряду сугубо теоретических, составляющих предмет интереса для узкого круга интеллектуалов, они вышли за пределы теоретического дискурса и напрямую касаются тех, кто специализирован в медиасфере. Свидетельством чего является появление разного рода техник (приемов и правил), служащих целям защиты личного и профессионального информационно-коммуникационного пространства. Одна из таких техник — это фактчекинг, который сегодня рассматривается как одна из главных компетенций профессионального коммуника-

<sup>1</sup> Термин «мягкая сила» был впервые использован в книге американского политолога Дж. С. Наю (1937) «Гибкая власть», ставшей интеллектуальным бестселлером.

<sup>2</sup> Считается, что автором этого термина является американский блогер Дэвид Робертс, использовавший его в публикации 2010 г.

тора и на который возлагаются большие надежды в аспекте борьбы с фейковой информацией. Разработаны учебные программы и читаются монокурсы, ориентированные на изложение и распространение фактчекинга на многих гуманитарных факультетах ведущих вузов страны. Отсюда в условиях растущей медиатизации, размыва онтологии и умаления гносеологических ценностей важность анализа эвристических возможностей и эпистемологической ценности этой технологии. Это подталкивает нас к необходимости теоретического опредмечивания следующих проблем.

Во-первых, указанные трансформации, происходящие сегодня в медиасфере, бросают вызов академическому сообществу: процессы, связанные с растущей и ускоряющейся медиатизацией, могут выйти из-под интеллектуального контроля и понимания. Скорость изменений может опередить возможности рефлексии. Это требует теоретического, равно как и методологического апгрейда объекта многих дисциплин: экстенсивного расширения предметно-теоретического и интензивного методологического углубления проблемного поля изучения. В частности, включения в предметное поле и методологию изучения социологии массовых коммуникаций техник/приемов по борьбе с трансляцией недостоверной информации, таких как фактчекинг. Последние следует не только применять, а изучать с учетом их призываний на теоретическую ценность и профессиональную необходимость.

Во-вторых, их ввод в статус профессиональных компетенций для тех, кто специализирован в медиасфере, не должен быть самоцелью, поскольку акцент только на профессиональные компетенции — это паллиатив. *Знанию правил обязана предшествовать установка (мотивация, желание) на следование им (курсив наш).* Информационно-коммуникационные компетенции должны подкрепляться и закрепляться через общекультурные (мировоззренческие).

Все нижеследующее призвано аргументировать сформулированные положения, начиная от обзора источников (литературы), с продолжением указания на объект, предмет и методологию, конкретизацию и раскрытие содержания заявленных тезисов и заканчивая их проблематизацией с целью объективности предпринятого анализа.

## Обзор литературы

В качестве ответа на растущую медиатизацию общества появилось большое количество работ, в фокусе внимания которых аналитика технологий манипулирования/медиамаанипулирования, включая работы, анализирующие технологии и приемы фактчекинга. Среди англоязычной литературы в первую очередь необходимо назвать работу американских исследователей Элиота Аронсона и Энтони Праткина «Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление», в которой дан обстоятельный анализ приемов (шире технологий), используемых в медиасфере, с задачей раскрытия механизма манипулирования (пропаганды). В этот ряд можно включить и исследования в области изучения интернет-технологий таких авторов, как Дж. Голсмит, Т. Ву, Дж. Еккли, П. Старр, Е. Горни.

В последних (по времени) публикациях предметом становится феноменология и онтология лжи. В частности, в исследовании Кай Шрайбера «Честная ложь: почему мы продолжаем верить в то, что портит жизнь» с позиции нейробиологии и когнитивистики показывается эволюционная необходимость лжи, и делается неутешительный вывод о доминировании лживой информации в современном коммуникативном пространстве. В книге Дэниела Левитина «Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху посправды» ставится сходный диагноз, но выражается уверенность в том, что культивирование критического мышления может стать преградой на пути распространения лжи.

Из русскоязычных авторов, специализирующихся в области аналитики медийной реальности, СМИ и технологий медиаманипулирования, следует назвать А. А. Мовчана, В. П. Черкасову, С. Н. Ильченко, И. М. Дзялошинского, В. И. Тараненко, С. Кара-Мурзу, Г. Почепцова, В. П. Шейнова.

Среди работ, отмеченных высокой степенью обобщения и одновременно глубокой анализа и точностью экспертной оценки, выделяется книга А. А. Мовчана «Россия в эпоху постправды. Здравый смысл против информационного шума», в которой даны абрис и оценка произошедших в России за последнее время событий, имеющих как политическую, экономическую, так медийную составляющие.

Книга В. П. Черкасовой «Медиаманипулирование общественным и политическим сознанием: телевидение и интернет» представляет всестороннее исследование воздействия медиаманипулирования (через интернет и телевидение) на формирование и динамику политического сознания. В частности, формулируется тезис о том, что «информация является одним из основных ресурсов работы с политическим сознанием» [12, с. 5].

В работе С. Н. Ильченко «Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией» раскрываются характерные черты современной «шоу-цивилизации» и указывается, что, «формируя контент на основе фейковых новостей, СМИ осознанно исключают информацию, которая не попадает в рамки заданной картины мира» [8, с. 12].

Из содержания исследования И. М. Дзялошинского «Манипулятивные технологии в СМИ» можно узнать о типологии, способах функционирования и специфике коммуникационных технологий, подразделяемых на:

- **белые** — информирование, убеждение, диалог;
- **серые** — подражание, заражение (провоцирование), внушение (гипноз);
- **черные** — манипулирование, психологическое принуждение [5, с. 5].

Если «белые» транслируют информацию и не могут использоваться в качестве манипуляции, то «серые», а главным образом «черные», транслируют шум и предназначены исключительно для манипулирования. В этой типологии место для фактчекинга несомненно среди «белых», по крайней мере в качестве одного из элементов.

В этой связи следует отметить, что шум может продуцировать только шум. Гиперпроизводство шума — это и есть корень проблемы, главное зло современной массовой коммуникации. Модифицируя «принцип Старджона»: «90% поступающей, транслируемой информации — это шум («чушь»)»<sup>1</sup>.

Это не должно удивлять, поскольку за источником сообщения и его получателем стоит человек — потенциальный источник шума (как минимум «семантического»). В контексте работы важно то, что шум является прекрасной дымовой завесой прикрытия распространения фейковой информации. Поэтому можно констатировать: появление большого количества работ, объединенных интересом к природе, генезису происхождения и сущности фейковой информации не случайность, а закономерность.

## Теоретические основы

**Методологической базой исследования** является современный корпус работ, инициированных интересом к проблематике трансляции и получения информации в актах коммуникации и связанной с этим интерпретации полученных результатов, включая веб-аналитику и веб-анализ информации.

<sup>1</sup> Теодор Старджон (1918–1985) — американский писатель-фантаст. Ему принадлежит авторство принципа (закона) Старджона «90% — ерунда». Первоначально использовался для оценки литературы в жанре фантастики: «90% книг в жанре фантастики — ерунда». Сегодня используется в значении: «90% чего угодно — ерунда».

В границах этой работы **объектом** изучения предстает коммуникационное пространство современной цивилизации с пронизывающими его информационными потоками.

**Предметом выступают** эвристические возможности технологии по «отслеживанию» недостоверной информации, получившей название фактчекинг, его эпистемологическая ценность, как в контексте формирования профессиональных компетенций, так и в контексте прогрессирующей медиатизации общества и связанной с этим девальвации ценностей.

В качестве **гипотезы** предъясняется следующий тезис: в условиях углубляющейся и растущей пропасти между достоверностью и вымыслом, истиной и фейком, в реальности постправды овладение только профессиональными компетенциями в области трансляции, обращения и получения информации является уже недостаточным, следовательно, необходимо дополнение профессиональных компетенций (навыков/умений) общекультурными (мировоззренческими).

Главное: сколько бы надежд ни возлагалось на обретение профессиональных компетенций (технология фактчекинга в этом ряду), нужно то, что выходит за границы узкой специализации. Общекультурные компетенции, например, чтение, письмо, вкус должны культивировать то, что является инвариантом правды/достоверности, то есть глубину понимания, ценность грамотности и жанровую иерархию, дифференциацию нарративов. Закреплять это должны уже профессиональные компетенции (тот же фактчекинг). Это утверждение следует рассматривать в качестве усилителя теоретического содержания **гипотезы**.

Обоснование же **актуальности** ее проблематики лежит, во-первых, в плоскости необходимости аналитики и диагностики состояния медиасферы; во-вторых, в обеспечении «информационной безопасности», включающей противостояние потокам «информационно-ментального шлама»; в-третьих, в опасности выхолащивания их содержания в результате инкорпорирования ценностей фактчекинга в массовое сознание.

Формирование в начале (в школе) и закрепление потом (в профессии) может решить **задачи** защиты информационно-коммуникативного пространства, повысить уровень персональной медиаграмотности. Это вариант принципа дополнительности применительно к **проблеме** понимания реальности постправды и к противостоянию фейковой информации. Социология массовых коммуникаций, располагая мощнейшим логико-методологическим арсеналом, должна осуществить объективный анализ и дать адекватную оценку эвристических возможностей фактчекинга, чтобы он не стал разновидностью технологий информационно-коммуникационного мейнстрима.

Изучение генезиса, структуры и типологии фейков подразумевает одновременное изучение фактчекинга как инструмента борьбы с ними, включая аналитику как его плюсов, так и минусов. Последнее обстоятельство инициирует необходимость теоретической рефлексии.

## Обсуждение

Как утверждал один известный философ, «Мы избегнем половины неприятностей, если правильно определим слова» (Р. Декарт). Поэтому осуществим операцию по «распаковке смысла» и произведем «семантическую развертку» (по В. В. Налимову), используемых здесь понятий<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> В. В. Налимов (1910–1997) — советский, российский философ, математик. Автор многих книг («Спонтанность сознания», «В поисках иных смыслов» и др.). Исходил из представления, что сознание человека — генератор смысла, человек существует во «вселенной смыслов» и его предназначение — их «распаковка».

«Фактоид» — недостоверная/непроверенная информация, получившая в результате освещения и распространения посредством в СМИ легитимность (одобрение). Фактоид — это имитация факта. Тонкость здесь в том, что фактоидное сообщение может нести часть/элемент достоверной информации. «Чтобы исказить факты, нужно располагать ими» (Марк Твен). Отсюда факт, но при этом эта информация или не вся, или частично искажена. Авторство термина приписывается американскому писателю Норману Мейлеру, который использовал его при написании биографии Мэрилин Монро — американской кинодивы, первой мегазвезды, в значении «мы знаем и судим о ней не по тому, что видели сами или узнали из книг серьезных исследователей, а по прессе, что писала о ней, смакуя подробности личной жизни, и которую поэтому читали многие».

**Фактчекинг** — процедура системного недоверия/подозрения, имеющие целью установление/определение достоверности или недостоверности информации, поставляемой СМИ. Это специализированный термин, используемый в практике тех, кто работает в медиасфере. Это профессиональный жаргон журналиста и, одновременно, его профессиональная компетенция. В терминах философских — это верификация/подтверждение.

**Фактчетер** — человек, культивирующий привычку, или журналист, придерживающийся профессионального правила оценки информации на предмет ее достоверности/недостоверности.

Что является причиной того, почему мы оказываемся жертвой «мусорной информации», что образует онтологию фактоида?

Во-первых, так называемые «когнитивные заблуждения», т.е. ошибки восприятия, свойственные всем нам (это нечто «родового клейма человека»). В частности, информация, о которой мы узнали путем прочтения, порождает «иллюзию понимания», а информация, полученная путем просмотра, — «иллюзию достоверности/очевидности». Из чего следует, что фактоидная информация, транслируемая в СМИ и через интернет, тяготеет к вирусному (массовому) характеру распространения.

Во-вторых, если вы определяете ситуацию (или сообщение) как реальную (-ое), то столкнетесь со столь же реальными последствиями. Причем, это не просто высказывание, с привлечением «фигур речи». Это дефиниция так называемой «теоремы Томаса»<sup>1</sup> (вариант принципа «самореализующегося пророчества»), имеющей прямое отношение к социологическому нарративу.

Однако *мы имеем дело не с самой реальностью, а только с представлениями о ней* (курсив наш). Реальность представлений не совпадает с самой реальностью, тем более в условиях медиатизации, когда граница между картиной (телевизионной картинкой) реальности и самой реальностью не просто размывается, а исчезает. Более того, если наше мировоззрение форматируется в виде «картины мира» и существует как набор представлений, то именно телевизионное изображение является генератором наших представлений о реальности. Трудно не признать правоту Дэниэла Бурстина: «Никакая реальность не станет действительностью, до тех пор, пока ее не покажут по телевизору». То есть фейковое сознание окончательно упраздняет границу между реальностью и изображением реальности. Изображение реальности — это и есть сама реальность.

В-третьих, в продолжение и углубление ранее сформулированного: реальность больше любых представлений о ней, следовательно, из одного набора фактов можно вывести суждения, противоположные друг другу. Например, суждение «интернет — современный демократический источник информации» контрарно суждению «интернет

<sup>1</sup> Эта мысль принадлежит двум американским социологам У. Л. и Д. Томасам, при описании ими поведения преступника («сумасшедшего гангстера»), но авторство самого термина «теорема Томаса» приписывается американскому социологу Р. Мертону.

представляет собой огромную мусорную информационную корзину», но оба они истинные. Просто каждое из них отражает лишь часть реальности. За каждым из них своя правда. Нет и не может быть одной правды на всех, а есть разные правды; правды, которые неизбежно окажутся конкурентными друг другу. Сие не декларация, а констатация факта: каждый из нас обладает лишь минимумом информации, которую восполняет эмоция. Как полагает Гектор Макдональд, мы сегодня существуем в реальности «конкурентных правд» [9, с. 13]. Носители разных правд в стремлении их провозглашения и утверждения вступают в конкуренцию/конфликт, с неизбежным использованием некорректных приемов и привлечением недостоверной информации.

Представляется важным пролить свет на одно обстоятельство. Фактоид и фейк: насколько тождественны эти понятия? Консенсусной точкой зрения является та, что они тождественны. Хотя, например, у Сергея Ильченко можно прочесть, что визуализация — это основа фейка [8, с. 35]. Приводятся примеры фейков. Вы скажем предположение о том, что радиопостановка Орсона Уэллса о нашествии марсиан — пример трансляции фактоидного сообщения. Однако цепи красноармейцев, движущиеся по льду Финского залива для подавления Кронштадтского мятежа — исторический фейк, поскольку присутствует имитация кадров кинохроники. Впрочем, не исключено, что подобная демаркация искусственна, иррелевантна реальности и носит избыточный характер.

К основным правилам фактчекинга следует отнести:

- **начинать анализ с заголовка с целью определить наличие клик-бейт заголовка.** Клик-бейт как манипулятивный прием широко распространен в онлайн-рекламе. Это «заманушка» для кликов, когда, заинтригованные заголовком, вы делаете «клик» и начинаете читать далее. Отсюда необходимость навыка, направленного на анализ достоверности самого заголовка. Следовательно, если врет заголовок сообщения, то врет и само сообщение. То есть чем более интригующе звучит заголовок, тем выше вероятность, что это клик-бейт;
- **установление степени доверия к первоисточнику информации.** Настоятельно рекомендуется иметь как минимум два независимых друг от друга источника (правило для аналитической журналистики, приписываемое Карлу Бернштейну и Бобу Вудворту). Цитата из «Практической политологии» Е. Шульман: "Никакие официальные лица никогда не заявляли, что Россия несправедливо владеет Сибирью. Маргарет Тэтчер не говорила, что в России должно остаться 15 млн чел. Бисмарк не утверждал, что для погубления России необходимо посорить ее с Украиной, «Проверяйте источники» [14, с. 11];
- **поиск официальных источников информации.** Ссылки можно найти и проверить (по крайней мере, такая возможность существует);
- **проведение различия информации от комментария.** Информация — это факт, а комментарий — оценка; аналитик не комментирует, а обыватель не источник экспертной оценки;
- **прежде чем вынести суждение, нужно услышать мнение противоположной стороны.** Возможны как минимум две точки зрения и нет гарантии, что ваша — истинная;
- **культивирование рефлексивного чтения/слушания.** Не просто узнать, а осмыслить и понять, установка на поиск неточностей и оговорок;
- **изначально не следует доверять тексту, необходимо занять критическую позицию.** Публикация, сведения, аргументы могут быть «сливом», «дезой», наконец, просто «потокосом сознания»; людям свойственно «когнитивно заблуждаться», отсюда «когнитивные ловушки». Например, «я видел это собственными глазами», «эффект ореола», «эффект первого впечатления», «проклятие знания»;
- **точность важнее скорости.** Процессы второго типа должны «рулить» процессами первого (процессы первого типа — это «подсознание мышления», а второго — «сознание мышления»). Следует держать паузу, не торопиться с выводами и оценками;

- **не должно верить интернету и всем сетям мира.** Информация не может быть анонимной, у каждого достоверного высказывания должен быть автор, которого нужно найти;
- **необходимо овладеть контекстом.** Сообщение чаще всего — это текст, а понимание текста производно от понимания контекста. Все ускоряющийся современный мир, обрушивающий на нас потоки информации, со все ослабевающей устойчивостью внимания, несет опасность поспешных поступков в ситуациях, которые мы не понимаем с полной ясностью. Отсюда необходимость проверки контекста. Так, к примеру, в устной коммуникации следует усиливать свою позицию, задав рамки обсуждения, выигрышным контекстом;
- **информацию сообщают, а в фейках, как правило, пытаются убедить.** Откровенный и честный человек не склонен к настойчивому или агрессивному убеждению, его роль — быть информатором.

Конечно, этот перечень неполон, он призван лишь репрезентировать цель и задачи фактчекинга. Правил значительно больше. Представленный список может быть расширен. Однако любые правила ограничивают. Сколь бы обширным не был список правил, он все равно не может быть исчерпывающим. Представляется, что гораздо важнее помещение фактчекинга в контекст формирования установки/привычки к постоянному недоверию и проверке транслируемой нам информации. Это важно, так как овладение просто навыками недостаточно по ряду причин.

Прежде всего потому, что:

- бесспорных фактов не существует. *Доказать можно не все* (строгое доказательство существует только в математике и логике, а в эмпирических науках используется процедура не доказательства, а подтверждения), *а внушить все, что угодно.* Эмоции сильнее разума. Если факт подать в эмоциональной упаковке, то на форму (эмоции), а не на содержание (мысль) «купятся» даже высоколобые умники. Прискорбно, а не любая коммуникация на эмоционально окрашенную тему/проблему, как правило, рационально бесперспективна;
- для постиндустриального общества, то есть общества информационного, в котором происходит постоянное движение потоков информации, главным конкурентным преимуществом является скорость (скорость доступа, скорость трансляции, скорость получения). Отсюда принцип, сформулированный современным медиамагнатом Рупертом Мердоком: «Скорость важнее точности». Точность коррелирует с глубиной, а скорость — с поверхностью, поэтому профанирование точности неизбежно;
- в 2016 г., по данным составителей Оксфордского словаря, слово «постправда» оказалось самым частотным в языке (около- и непосредственных) интеллектуалов [8, с. 10]. Постправда — это синдром, когда для подавляющего большинства апелляция к эмоциям, взывание к чувствам оказываются предпочтительнее/убедительнее и желательнее, нежели апелляция к разуму и применение рациональной аргументации;
- сегодня на права академической дисциплины, с претензией на статус строгой научности, начинает претендовать *ментология* (лат. *mentie* — ложь) — дисциплина предметом изучения которой является уже не истина/правда, а ложь. В рамках этой дисциплины ложь трактуется как составная часть «социального интеллекта», как неотъемлемый элемент способностей человека — его воображения и жизни в обществе — его социализации, как необходимое условие гуманизации/прогресса общества. Ложь, таким образом, получает индульгенцию на теоретическую легитимность изучения;
- в реальности постправды говорить о реальности правды, т.е. фактов, а не фактоидов, истины, а не лжи — верх идеализма, а в обстоятельствах торжества либеральной идеологии, когда есть только мнение, и все мнения равноправны — верх неполиткорректности;



- в условиях растущей медиатизации общества, «медиатизации интеллектуала», умаления статуса экспертного знания (появление «пластиковых экспертов», «говорящих голов») утверждение профессионала, увы, уступит место комментарию дилетанта, с неизбежным итогом: *комментарий станет ответом на комментарий комментария*;
- общество потребления манифестирует мнение и маргинализирует точку зрения, а интернет является технологией по пролонгации ценностей демократии, демократизации способов по получению информации.

Обобщим: технологии (правила/приемы) фактчекинга, включая внедрение подобных курсов в стандарты высшего образования, не в состоянии справиться с целым каскадом проблем, лежащих в мировоззренческой, социальной и культурной плоскостях. Главное: только технологии не в состоянии осуществить «мировоззренческую перепрошивку» современной картины мира. Технологии можно импортировать, произвести, «дать» (преподать), но нельзя «дать» мировоззрение, ибо оно формируется (медленно и поэтапно). Сложные (системные) задачи не знают простых (технологических) решений. Адекватен сложности задачи выход в надсистему, в данном случае это мировоззрение. Последнее замечание позволяет перейти к заключительной части — формулировке выводов.

## Выводы

Поскольку мы все еще, к счастью, продолжаем говорить о фактах и фактоидах, значит противопоставление истины и лжи актуально, асимметрия между правдой и неправдой продолжает существовать. Реальность постправды не тотальна и не абсолютна. Следовательно, разговоры о смерти истины/правды следует считать пока преждевременными. Это дает основание пусть для сдержанного, но онтологического оптимизма.

Изучение, а главное диагностика современных коммуникационных каналов и информационных потоков, порождаемых СМИ, должно стать неотъемлемым элементом «информационной безопасности», а технология фактчекинга войти в набор профессиональных компетенций всех работающих в медиасфере. Однако обретение компетенций должно подкрепляться через формирование этической (моральной) установки на неприятие лжи, неприязни к фейковой (недоверенной) информации.

Мировоззренческая (аксиологическая) асимметрия подобно разности потенциалов, обеспечивающей энергией и гарантирующей работу в физике, наделяет смыслом деятельность людей, через правильный выбор приоритетов, расстановку акцентов в жизни.

Следовательно, необходимы меры системного характера: неприязнь к реальности постправды преодолевается через приязнь реальности правды. В этом миссия преподавания и преподающих — формирование посредством «аксиологической возгонки» у обучающихся современной картины мира, с элементами неприязни, отторжения фейковой информации уже на мировоззренческом уровне. Это может стать проектом для «территории смыслов» персонального, а может стать, для «территории смыслов» и государственного будущего: «Лучше быть беднее, но подготовить общество с большей заботой о будущем» (И. Ефремов).

## Литература

1. Аронсон Э., Праткинс Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб. : Прайм-Еврознак, 2003.
2. Бауман З. Текущая современность. СПб. : Питер, 2008.
3. Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. М. : Альпина Паблшер, 2019.

4. Най Дж.С. Гибкая власть. М. : ЛК Пресс, 2006.
5. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в СМИ. М., 2006.
6. Дэниел Левитин. Путеводитель по лжи: Критическое мышление в эпоху посправды. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018.
7. Дэнтон Р. Запрещенные приемы ведения дискуссий. М. : АВ Паблишинг, 2016.
8. Ильченко С. Н. Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией. СПб. : Питер, 2019.
9. Макдональд Г. Правда. Как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете. М. : Альпина Диджитал, 2019.
10. Мовчан А. Россия в эпоху посправды. М. : Альпина Паблишер, 2019.
11. Соловей В. Абсолютное оружие. М. : Эксмо, 2017.
12. Черкасова В. П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и интернет. М. : Весь Мир, 2019.
13. Шрайбер К. Честная ложь. Почему мы так охотно всему верим. М. : Эксмо, 2020.
14. Шульман Е. М. Практическая политология: пособие по контакту с реальностью. М. : АСТ, 2018.
15. Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. СПб. : Питер, 2018.

#### **Об авторах:**

**Бочаров Андрей Борисович**, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), кандидат философских наук, доцент; bocharov-ab@ranepa.ru

**Демидов Михаил Олегович**, директор проекта, Центр исследований и прикладных разработок Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), demidov-mo@ranepa.ru

#### **References**

1. Aronson E., Pratkanis E. R. Age of propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. St. Petersburg: Prime Euroznak, 2003. (In rus)
2. Bauman Z. Liquid modernity. St. Petersburg: Piter, 2008. (In rus)
3. Bredemeier K. Black rhetoric: Power and magic of the word. M.: Alpina Publisher, 2019. (In rus)
4. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. M.: LC Press, 2006. (In rus)
5. Dzialoshinsky I. M. Manipulative technologies in the media. M., 2006. (In rus)
6. Daniel Levitin. A Field Guide to Lies: Critical Thinking in the Information Age. M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2018. (In rus)
7. Danson R. Prohibited methods of conducting discussions. M.: AB Publishing, 2016. (In rus)
8. Ilchenko S. N. How we are deceived by the media. Information manipulation. St. Petersburg: Piter, 2019. (In rus)
9. McDonald G. Truth. As politicians, corporations and media shape our reality, exposing facts in a profitable light. M.: Alpina Digital, 2019. (In rus)
10. Movchan A. Russia in the post-truth era. M.: Alpina Publisher, 2019. (In rus)
11. Solovey V. Absolute weapon. M.: Eksmo, 2017. (In rus)
12. Cherkasova V. P. Media manipulation of public political consciousness: Television and the Internet. M.: The Whole World, 2019. (In rus)
13. Schreiber K. Honest lies. Why we believe everything so willingly. M.: Eksmo, 2020. (In rus)
14. Shulman E. M. Practical Political Science: a manual on contact with reality. M.: AST, 2018. (In rus)
15. Ekman P. Telling Lies: Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage. St. Petersburg: Peter, 2018. (In rus)

#### **About the authors:**

**Andrey B. Bocharov**, Associate Professor of Chair of Journalism and Media Communications of North-West Institute of Management, Branch of RANEPА (St. Petersburg, Russian Federation), PhD in Philosophy, Associate Professor; bocharov-ab@ranepa.ru

**Mikhail O. Demidov**, Project director, Center for Applied Research and Development of North-West Institute of Management, Branch of RANEPА (St. Petersburg, Russian Federation); demidov-mo@ranepa.ru