DOI: 10.17976/jpps/2021.02.05

ПОСТПОЛИТИКА В СЕТЯХ ПОСТПРАВДЫ

А.Г. Костырев

КОСТЫРЕВ Андрей Геннадиевич, кандидат политических наук, доцент кафедры права, философии и политологии, Национальный университет "Черниговский коллегиум" им. Т.Г. Шевченко, Чернигов (Украина), email: akostyrev18@gmail.com

Костырев А.Г. Постполитика в сетях постправды. – Полис. Политические исследования. 2021. № 2. С. 64-75. https://doi.org/10.17976/jpps/2021.02.05

Статья поступила в редакцию: 25.04.2020. Принята к печати: 17.11.2020

Аннотация. Специфика политических процессов в условиях новой коммуникационной реальности получила название "постправда". Автор рассматривает постправду как среду множественности информационных влияний, которую можно считать продуктом развития интернета и, особенно, соцсетей. Анализ данных эмпирических исследований позволяет констатировать, что перцепция постправды – это естественный процесс, обусловленный тем, что в ситуации стресса, вызванного информационной перегрузкой, люди больше полагаются не на рациональные аргументы, а на переживания, связанные с внутренними убеждениями. В этих условиях личностные моральные ценности стали влиятельной силой при выборе источников, а также в интерактивных процессах реакции и продуцирования информации. Обретая бо́льшую степень свободы в информационном пространстве и становясь субъектом коммуникационного процесса, индивид принимает на себя и бо́льшую степень ответственности за принятие решений. Моральные ценности становятся основой политической коммуникации и структуризации в сетевом обществе. Автор делает вывод, что модальность постправды отражает глубинные аксиологические установки индивида. Эффективность политики постправды определяется ее антропоцентричностью. В сетевом обществе политика постправды базируется на закономерностях функционирования и развития онлайн-сетей. В мультимодальном коммуникационном поле постполитика осуществляется как сетевая игра. В процессе этой игры социальные акторы с наибольшей аттрактивностью и высшим уровнем соучастия получают возможность конвертировать свое коммуникационное влияние в политическую власть.

Ключевые слова: интернет, коммуникация, моральные ценности, политические убеждения, фейк, социальная структуризация, сетевая игра.

ПОСТПОЛИТИКА И ПОСТПРАВДА: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ

Понятие "постполитика" вошло в академический и публицистический дискурсы как следствие предрекаемого Ф. Фукуямой "конца истории", который должен был наступить в результате глобальной победы либеральной демократии. В такой трактовке постполитика означала конец борьбы за власть на международной арене, размывание роли национальных государств и установление делиберативной демократии. Так прогрессивный неолиберализм пытался реализовать в онлайн-коммуникации "фантазию социальной целостности и конца истории" [Jutel 2019: 435]. Интернет и социальные сети часто использовались как инструменты постполитики в ее изначальном понимании – как технологии транзита от диктатуры к демократии [Sharp 2012], а сетевой контент не противоречил информационному мейнстриму, подававшемуся *CNN* как истина в последней инстанции.

Однако на рубеже второго десятилетия XXI в. начинается период упадка постполитики неолиберализма. Характерной чертой уже новой постполитики стало падение доверия к либерально-демократическим институтам власти и традиционным СМИ, подрывающее доверие к официальной информации в новостях и открывающее общественности альтернативные источники информации [Bennett, Livingston 2018: 122]. Это нестабильное сочетание институциональной коррозии и изобилия СМИ получило определение "постдемократия" [Crouch 2004]. И, поскольку "сама вера в либеральную демократию рухнула" [Cooper, Thomas 2019: 16], а доверие всегда тесно связано с правдой, этот информационный режим окрестили постправдой.

Становление режима постправды породило процессы, названные "контрполитикой" [Bennett, Livingston 2018: 128]. По закону политического бумеранга сценарии инспирированных из виртуальной среды протестов толпы, которые поддерживали на Западе как "арабскую весну", "оранжевую революцию" или "революцию достоинства" на Украине, оборачиваются против Уолл-стрит. Моноправда *CNN* распадается, а в онлайн-сетях рождается множество групповых и индивидуальных правд. Терпя одно поражение за другим, либеральные демократы повесили на вышедшую из-под их контроля политическую мотивацию ярлык популизма, увязав его с понятием "политика постправды". При таком подходе это понятие используется как модный бренд и просто синоним давно известного термина "информационная война" и подается как совокупность манипулятивных технологий в работе с массовым сознанием [Политика постправды... 2017: 161, 223, 256]. А отличительным маркером "четвертой эры политической коммуникации" [Blumler 2015] объявляется дезинформация [Freelon, Wells 2020].

Смысл термина "постполитика" за четверть века претерпел кардинальную метаморфозу. Из позитивного, обозначающего бесконфликтное состояние общества, которое наступает в результате победы либерально-демократической правды, он трансформировался в свою контрверсию, описывающую процесс расшатывания устоев демократии с помощью популизма и дезинформации, получивших распространение в онлайн-сетях. И, наконец, блокирование аккаунтов Д. Трампа в соцсетях стало своего рода кульминацией парадоксального роста влияния информационных корпораций. Эти метаморфозы связывают с феноменом постправды, хотя в толкованиях постправды как в научной литературе, так и в публицистической пока нет ясности, что затуманивает сущность постполитики.

В определении Оксфордского словаря, на которое ссылаются многие исследователи, постправда трактуется как "относящееся к обстоятельствам, при которых объективные факты менее влияют на формирование общественного мнения, чем призывы к эмоциям и личной вере"[1]. Но что же это за обстоятельства? Обращение вожака к эмоциям и личной вере тех, кого он желает повести за собой, не может считаться исключительной чертой постправды, поскольку старо, как мир. За подтверждением достаточно обратиться к библейским историям (особенно к Новому Завету). Что же касается фактов, то "ложь всегда считалась необходимым и оправданным инструментом в ремесле не только политика или демагога, но и государственного деятеля" [Арендт 2014: 334]. Очевидно, что сами по себе указанные в Оксфордском словаре

[1] Post-truth. – *Oxford Learners Dictionaries*. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth (accessed 03.02.2021).

критерии могут рассматриваться лишь как необходимые, но явно не достаточные для определения постправды. Поэтому важно понять именно те новые обстоятельства, которые предопределяют иррациональность постправды, и выяснить, как замена картезианского *cogito* на *credo* влияет на политику.

Цель статьи состоит в том, чтобы *раскрыть отличительные черты политических процессов в условиях новой коммуникационной реальности, которая получила название "постправда"*. При этом, определяя сущностные характеристики постправды, отличающие ее от пропаганды и дезинформации, мы будем опираться на утверждение о том, что она представляет собой некую среду и модальность [Чугров 2017: 46]. А при описании отличительных маркеров политики постправды будем исходить из того, что ключевым фактором появления общества постправды стало развитие информационных технологий и соцсетей, достигшее того уровня, когда с их помощью индивиды и малые группы смогли оказывать политическое влияние [там же: 45].

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ: ВОЗВРАЩЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА

В основу нашего исследования положено определение постправды как среды, в которой одновременно действует множество информационных влияний. Это коммуникационное поле сетевого общества, которое по своим свойствам и тенденциям развития коренным образом отличается от информационного пространства времен традиционных медиаканалов. Демассификация и индивидуализация, дифференциация и вариативность информационных потоков, которые происходят вследствие развития интернета и особенно веб-сетей, превращают общество из монотонного брезентового полотна в многоцветное лоскутное одеяло. Ключевым отличием постправды является интерактивность в среде онлайн-сетей, которая устраняет субъект-объектные различия и приводит к тому, что "люди видят себя уполномоченными участниками построения информационного потока" [Guadagno, Guttieri 2019: 176]. Это предопределяет то, что различие между индивидуальными и коллективными формами политической активности становится все более размытым [Kaun, Kyriakidou, Uldam 2016: 6] и, соответственно, трансформирует вопрос персональной моральной ответственности за принятие политических решений.

В онлайн-сетях любая интерпретация реальности получает не только право, но и потенциал для презентации и восприятия. Множественность продуцирований, восприятий и интерпретаций, которая является маркером постмодернизма и нарушает присвоенную себе элитами, в том числе либерально-демократическими, монополию на истину, создает неизвестную ранее проблему – проблему информационной перегрузки. Одним из основных изменений, которые произошли за последние десять лет, стал переход от среды дефицита информации к перегрузке [Cooper, Thomas 2019: 28].

Однако возможности человеческого мозга не безграничны. Под напором информационных потоков человек впадает в состояние стресса. Утрачивая способность к рациональному анализу, мозг компенсирует ее характерным для любой стрессовой ситуации образом: переводит интеллектуальную рефлексию на уровень эмоций и подсознательных рефлексов. Результаты исследований доказывают, что люди с большей вероятностью обрабатывают информацию, полученную в интернете, не централизованно, а периферийно. Это означает, что они сосредоточиваются не на качестве аргументов, а используют подсо-

знательные подсказки для принятия решений или когнитивную эвристику для оценки достоинств убедительной апелляции и подвержены влиянию этих факторов [Guadagno, Guttieri 2019: 178]. Можно констатировать, что эффект иррациональности имеет место, но является естественным результатом действия заложенных тысячелетиями биологической эволюции реакций мозга на стрессовую ситуацию. Новизна ситуации заключается в том, что стресс вызван не недостатком, а критическим переизбытком и разнообразием информации.

Вопреки распространенному мнению, исследования показывают, что, окунаясь в модальность постправды, человек отнюдь не растворяется в бесконечной энтропии мнений, а, наоборот, укрепляется в своих убеждениях, которые и формируют стержень его личности. И наличие альтернативных источников информации позволяет ему вырваться из плена манипуляции со стороны СМИ, которые контролируются правительствами или корпорациями. К.Р. Санстейн заключает: разнообразие информации, доступной в интернете, позволяет людям более избирательно открывать себя тем перспективам, которые им близки и редко оспаривают их взгляды [Sunstein 2009: 234]. Переизбыток информации требует не искать источники информации, а выбирать нужные из множества предложений и отсекать лишние. Легкость доступа "позволяет людям персонализировать свои источники таким образом, чтобы это соответствовало их предубеждениям" [Bartlett 2018: 45]. И это не только подрывает контроль государственной и финансовой элит над массовой коммуникацией, каковую Я. Мунк называет одним из условий стабильности либеральных демократий [Mounk 2018], но и вообще изменяет понимание политической коммуникации как "массовой", т.е. стандартизованной под мнение большинства.

Предопределяемый модальностью постправды уход от рационализма подрывает заложенные еще Н. Макиавелли основы понимания политики как сферы деятельности отдельной от морали и детерминированной преимущественно эгоистическими экономическими интересами. Как показывают последние исследования, моральные устои людей существенно влияют на их политические позиции [Lakoff, Wehling 2016]. Голосуя за свои моральные ценности, некоторые даже голосуют против своих экономических интересов [Haidt 2013]. Голосовать за те или иные позиции политических партий по определенным вопросам побуждают нас именно наши установки, сформированные в процессе социализации, поскольку "семейные идеалы напрямую влияют на политические суждения" [Feinberg, Wehling 2018: 1]. Как это следует из доказательств, которые приводят Т. Купер и Дж. Томас, наши моральные убеждения неосознанны и непосредственны (этот факт также был проверен эмпирически): мы, как правило, не можем сознательно определить, почему мы приходим к одному моральному суждению или другому [Cooper, Thomas 2019: 42-43]. Можно заключить, что, пребывая в модальности постправды, человек при принятии политических решений больше руководствуется личными убеждениями, которые часто базируются на воспринимаемых на уровне подсознания идеалах и моральных ценностях.

Во время господства традиционных СМИ человек перекладывал свою долю ответственности за принятие решений на тех экспертов, суждения которых фигурировали на первых полосах газет или находились в тренде телевизионного вещания. В эпоху постправды человек, уходя от мифов, навязываемых ему контролируемыми элитами источниками информации, в богатую интерпретациями виртуальную среду, теряет доверие к власти, которая была посредником

между ним и реальностью. Это нарушает политическую структуру общества, построенного на рационалистических принципах модерна. Но из-за падения институционального доверия в эпоху популизма это же парадоксальным образом возвращает в политическую сферу гуманистический антропоцентризм, ибо "индивид снова становится центральным в концепции" [ibid.: 86].

Эпоха постправды возвращает человеку свободу выбора. А поскольку выбор источника информации и моральный выбор тесно коррелируют между собой, можно утверждать, что таким образом постправда возвращает нас к извечным философским вопросам свободы и ответственности. Это заставляет вновь обратиться к категорическому императиву И. Канта. Можно сказать, что в модальности постправды Кант побеждает Макиавелли.

Очевидно, что в ней поднимается роль и значение не *homo sapiens* как биологического вида, требующего усовершенствования в процессе трансгуманизма, а *homo spiritus* как духовной субстанции, который в конце концов принимает на себя всю полноту моральной ответственности. Поэтому, когда о среде постправды говорят как о модальности, в которой теряются смыслы, очевидно, следует уточнить, что в ней утрачиваются прежде всего смыслы общества массового потребления, которые навязывались через медийный мейнстрим.

Выбирая в виртуальном пространстве источники и производя собственную информацию, человек проявляет себя как личность. Это и определяет содержание и формы новой постполитики, а сетевое действие является выражением "персонализированной политики", которая снижает барьеры идентификации с причиной и подтверждает личные эмоции [Bennett 2012: 22-23]. Для понимания направления политики в эпоху постправды важно не только обратить внимание на те выводы когнитивных исследований, которые демонстрируют, что эмоции стали элементом процессов принятия политических решений [Lodge, Taber 2013], но и интегрировать их с теми, которые доказывают, что мораль становится основным фактором [Haidt 2013].

Фальшивые новости существовали в течение длительного времени, но фейки ассоциируются именно со средой постправды, технологической платформой которой служат онлайн-сети. Насколько это оправданно? И как влияют фейки на принятие политических решений?

Действительно, различные веб-платформы способствуют распространению большого объема информации среди огромного числа людей. В угрожающе быстром темпе в этой среде разрастаются и фейковые новости, что обусловлено как технологическими, так и психологическими причинами. Во-первых, цифровые технологии позволяют легко подделать не только текстовый документ, но также аудио- и видеоряд, после чего растиражировать подделку во Всемирной сети через ботофермы. Во-вторых, поддельные новости распространяются быстрее и дальше, чем фактические новости [Vosoughi, Roy, Aral 2018]. Это объясняется особенностями эмоционального восприятия новостей. Можно считать доказанным, что эмоции, как позитивные так и в большей степени негативные, способствуют распространению фейковых новостей через онлайн-платформы [Berger, Milkman 2012; Sawaoka, Monin 2018]. Но еще не до конца понятно, как влияют фейки на убеждения и поведение людей.

Что касается убеждений, то именно они оказывают определяющее влияние на восприятие достоверности информации, а не наоборот [Guadagno, Guttieri 2019: 176, 178]. Некоторые ученые даже утверждают, что обнаружили

эффект обратной реакции (*backfire effect*), который показывал, что попытки исправления убеждений людей на самом деле сделали их более устойчивыми [Nyhan, Reifler 2010], хотя его величина и оспаривается учеными [Wood, Porter 2019]. Также доказано, что дезинформация оказывает ограниченное влияние на политические суждения [Allcott, Gentzkow 2017].

Ряд эмпирических работ показывает, что в перенасыщенной информационной среде пользователи, в отличие от болезней, могут быть избирательными в том, что они разделяют, а что нет... Онлайн-аудитории все чаще выбирают свои "красные линии", отказываясь от лишних друзей или блокируя неприемлемые взгляды [Cooper, Thomas 2019: 110, 154]. Можно сделать вывод, что степень поражения вирусом фейковых новостей зависит от того информационного иммунитета, который сформирован личным кредо.

Что же касается особого проявления эмоций в модальности постправды, то этот факт часто объясняют тем, что виртуальная реальность снимает многие ограничения в поведении, которые вырабатываются в процессе социализации и диктуются разумом. Действительно, как подтверждают исследования, по сравнению с более традиционными формами общения социальные нормы и стандарты могут быть менее заметными в среде общающихся в интернете [Guadagno et al. 2013: 52].

Однако не следует давать этому явлению однозначно негативную оценку, трактуя господствующую в интернете вседозволенность как питательную среду исключительно для девиантных проявлений. В научных публикациях указываются две основные категории поведения – токсическое и доброкачественное растормаживание. *Токсичная расторможенность*, на которой акцентируют внимание многие критики виртуальной составляющей модальности постправды, определяет поведение в сети, которое включает в себя антагонистический язык и угрозы, а также посещение сайтов, содержащих порнографию, преступность и насилие. *Доброкачественная расторможенность* формирует поведение, при котором люди могут больше раскрыть себя в интернете, чем в реальной жизни, изо всех сил стараясь помочь кому-то или проявить доброту [Suler 2004: 321].

Для понимания противоречивой природы иррациональной модальности постправды очень важно обратить внимание на вывод психологов о том, что людям, которые находятся в одной моральной матрице, очень трудно понять, что важно для тех, кто находится в другой [Haidt 2013: 186]. Поэтому люди с доброкачественной расторможенностью в онлайн-сетях объединяются в одни группы, а с токсической – в другие. В социальных сетях культурные различия стандартизованы внутри определенной группы, что усиливает кластеризацию в общенациональном сетевом поле. А интернет только ускоряет этот процесс и расширяет его локацию. Социальная самоидентификация имеет высокий эффект в интернете, потому что, отождествляя себя со стандартами своей группы, люди обращаются к другим для подтверждения своих действий [Guadagno et al. 2013: 54]. Однако распространенное предубеждение, касающееся того, что приоритетность эмоций как ориентиров социального поведения ведет к формированию исключительно изолированных групп малообразованных маргиналов, которые и определяют повестку дня в коммуникационном поле онлайн-сетей, не выдержало экспериментальной проверки. Исследования, наоборот, показали, что те, кто имеет более высокий

уровень научных знаний и опыта, склонны создавать изолированные группы, которые соответствуют их политическим и культурным убеждениям [Golman et al. 2016]. В целом это приводит к поляризации, которую можно считать особенностью коммуникационного поля постправды. Она отличает его от гомогенного поля унифицированной правды традиционных СМИ, которое структурирует общество вокруг единого информационного мейнстрима. Такое отличие обусловливает и специфику политики, которая приобретает мозаичный таргетированный характер.

В то же время, опираясь на аргументы Р. Бёрта [Burt 2017], мы можем констатировать, что для организации широкого политического взаимодействия открытые социальные сети более эффективны. Во взаимоприемлемых ценностных рамках они предоставляют определенный выбор взаимодополняющих различий, и это может снизить уровень конфликтности в обществе. Коммуникационные мосты между группами в онлайн-сетях выступают социальными конструктами, в которых *fides facid fidem*[2]. Кроме того, чем более открыта или пориста сеть, тем сильнее самоцензура и тем меньше вероятность того, что в ней будут высказываться экстремистские взгляды [Cooper, Thomas 2019: 148]. Поэтому, определяя особенности политики в сетевом обществе, наряду с персонализацией следует учитывать социализацию интернета, сопровождаемую диффузией аксиологических систем в виртуальном и реальном пространствах [Тихонова 2016].

Антропоцентризм модальности постправды детерминирует необходимость нового подхода к учету в политике присущих человеческой природе дуальностей. Первая из них сочетает рациональность и духовность, а вторая – индивидуализм и коллективизм, а обе эти дуальности особым образом проявляют себя в процессе онлайн-взаимодействия.

Коммуникационная власть в сетевой игре

В эпоху постправды аксиологические параметры предопределяют характер социального взаимодействия в гораздо большей степени, чем рационалистические. Именно ценности и связанные с ними убеждения и переживания доминируют в построении сетей политической коммуникации. При этом закономерность функционирования и развития онлайн-взаимодействия как фактора политики постправды заключается в наличии двух тенденций: с одной стороны, это стремление сети к децентрализации и открытости, с другой – к централизации и закрытости. Эта новая реальность ставит перед политическими акторами задачу поиска эффективных методов коммуникации.

В реальной жизни онлайн-сети как основанный на общих ценностях и доверии конструкт социального взаимодействия представляют собой сложные композиции в виде разветвленных мультисетей. В них все принадлежат к нескольким социальным сетям одновременно, а взаимодействие устанавливается не только между участниками сети, но и между сетями. Сетевые игры, которые описывал М. Джексон [Jackson 2010], ведутся уже не только на индивидуальном уровне отдельными игроками, а командами (группами в онлайн-сетях). Кроме того, эти сети образуются как транспарентные коммуникационные платформы, в которых переплетаются информационные потоки, поступающие по различным онлайн-каналам – через электронную почту,

[2] Доверие порождает доверие (лат.)

мессенджеры, чаты, блоги, социальные медиа, разнообразные интернет-ресурсы и комментарии к ним, а также по каналам традиционных СМИ. Мультимодальность коммуникации в онлайн-сетях увеличивает их социально-конструктивистский потенциал, потому что она позволяет совместить преимущества закрытых и открытых сетей. Эффективность реальной социальной сети (а это обязательно будет мультисеть) определяется наличием сплоченного ядра (родственники и друзья, которые регулярно общаются лично и через мессенджеры), развитой полупериферии (знакомые, а также "друзья", подписчики, группы в социальных медиа *Facebook, Instagram*, "ВКонтакте" и приложениях *Telergram* и др.) и широкой периферии "слабых" связей ("друзья друзей", комментаторы и т.п.). При этом конфигурация коммуникационного пространства и функциональные характеристики сетей зависят от уровня доверия и силы коммуникационных связей между участниками.

Интернет позволяет коммуникационному ядру популяризировать свои ценности, привлекая новых единомышленников/поклонников через полупериферию, что ускоряет в геометрической прогрессии расширение периферии социальной сети. Для политического лидера эффективность сети зависит не только от количества участников, но и от качественных характеристик ее коммуникационного поля. Чем больше общих ценностей разделяют социальные акторы, тем сильнее коммуникационные связи между ними. Производная от количества и силы коммуникационных связей определяет уровень ценностного притяжения узла социальной сети.

Такие узлы представляют собой хабы социальной сети, связанные со сравнительно бо́льшим количеством других узлов и образуют более сильные коммуникационные связи. В результате их социальный капитал умножается, потому что их коммуникационное поле не только расширяется, но и приобретает бо́льшую мощность. Процесс коммуникации в данном случае подразумевает не только общность ценностных установок и близость взглядов, но и эмоциональный контакт, психологическую совместимость и сопереживание, т.е. понимается как комплексное духовное образование. Неслучайно субъекты, которые представляются нам узлами социальной сети, на бытовом уровне называются "душой компании". А поскольку сетевое коммуникационное пространство неоднородно, именно они пользуются в нем наибольшим влиянием. Так в сетевом обществе рождается свой тип власти – коммуникационная власть.

Коммуникационная власть определяется такими показателями, как аттрактивность и соучастие. Аттрактивность указывает, насколько социальный актор выглядит способным артикулировать актуальные общественные ценности, привлекая к себе внимание и вызывая симпатию максимального числа граждан. От этого зависит эффективность первого этапа игры – формирование сети. А на втором этапе – "игре на сети" – важным фактором выступает соучастие. Сила влияния узла может быть вычислена через соотношение его аттрактивности, показателем которой можно считать количество контактов (подписчиков, фоловеров), и уровня соучастия, определяемого количеством выражений взаимной позитивной активности (лайки, положительные комментарии, репосты). Однако важно также принимать во внимание не только непосредственные контакты в зоне коммуникационного ядра, но и расходящиеся от них волны в зоне полупериферии и неоднократно опосредованные сигналы в зоне дальней периферии, которые практически невозможно просчитать.

В политике постправды, которая реализуется через социальные медиа, доверие к образу более весомо, чем доверие к компетентности, потому что в образе каждый последователь воплощает те черты, которые соответствуют его собственным установкам и ценностям. В свою очередь соучастие не означает, что политическое движение обязательно должно задекларировать конкретную цель, так как массовость обеспечивается тем, что каждый участник представляет ее в соответствии со своим идеалом. Актор, способный агрегировать и артикулировать ментально присущие данному этосу доминантные ценности так, чтобы они воспринимались публикой не столько в виде интеллектуальных доводов, сколько душой, и становится аттрактивным узлом социальной мультисети. А затем эта мультисеть превращается в инструмент вовлечения граждан в различные эмоционально окрашенные формы онлайн- и офлайн-активности. Такое соучастие во многом предопределяет и их поведение, в том числе голосование на выборах. В результате разрозненные индивидуальные аксиологические установки через онлайн-сети объединяются в некое коллективное политическое действие.

Этот процесс хорошо иллюстрирует украинский кейс. Политический проект "Слуга народа" следует рассматривать как уникальный пример сетевой игры. Избрание не только "несистемного", а вообще неполитического кандидата – Владимира Зеленского – было кардинально инновационным, эмоциональным по форме и ценностным по существу выбором народа, выбором "по душе", а не по расчету. Это более яркий пример использования инструментов новой политики в эпоху постправды, чем избрание Трампа и Брекзит. Неслучайно его окрестили электоральной революцией, явно противопоставляя протестным "революциям майдана".

Удачное сочетание базовых положений сетевой теории и механизмов управления доверием обусловили фантастическую победу на выборах 2019 г. сначала Зеленского, а затем и его партии "Слуга народа". Анализ содержательной стороны этой политической новации особенно наглядно подтверждает, что, хотя политика постправды не имеет идеологии и социального проекта, однако в условиях утраты доверия к истеблишменту она наносит поражение идеологиям (в украинском кейсе – национализму). При этом изначально было заявлено, что в новой политической системе взаимодействие будет организовано не по иерархическому, а по сетевому принципу. Такую систему власти логично было бы назвать коммунократией.

В каждой политической системе, как это подчеркивал еще Платон, то, что провозглашается как высшее благо, несет в себе и угрозу погибели. Это подтверждает и пример Украины. Отсутствие идеологии и социального проекта привело к отсутствию практической программы действий. Отсутствие партийной структуры привело к отсутствию надежной исполнительной бюрократии. Декларативность стратегии – к отсутствию реальной международной поддержки. Отсутствие сформулированной идентичности – к размыванию поля политической коммуникации. А демассификация политики только обострила угрозу дезинтеграции. Свои риски несет и ее персонализация. Не исключено, что в условиях комплексного кризиса гуманистическая "дорога из желтого кирпича" [Харари 2019: 277] приведет В. Зеленского (или другого украинского руководителя) в объятия авторитаризма и в будущем мы станем свидетелями трансформации коммунократии в новую диктатуру, где цифровые технологии будут играть роль инструментов тотальной слежки и таргети-

рованного влияния. И это станет примером того, как постполитика совершает свой кругооборот в сетевом онлайн-пространстве постправды.

* * *

Можно заключить, что, постправда – это коммуникационное поле сетевого общества, где одновременно действует множество информационных влияний. Перцепция постправды – это естественный процесс пострационализма, обусловленный тем, что в эпоху интернета объем информации и ее скорость превышают возможности человеческого мозга. Пребывая в модальности постправды, человек при принятии политических решений все больше руководствуется личными внутренними убеждениями, которые часто базируются на воспринимаемых на уровне подсознания идеалах и моральных ценностях. Это нарушает политическую структуру общества, построенного на рационалистических принципах модерна. Но это же парадоксальным образом возвращает в политическую сферу настоящий гуманистический антропоцентризм. Обретая бо́льшую степень свободы в информационном пространстве и становясь субъектом коммуникационного процесса, индивид берет на себя и бо́льшую степень ответственности за принятие политических решений. Отличительной особенностью постправды является характер политической коммуникации, который предопределяется в большей степени соотношением сетевых взаимодействий и моральных установок, чем иерархией политических институтов и формируемыми ими с помощью традиционных СМИ нарративами. Политика постправды базируется на закономерностях функционирования и развития онлайн-сетей. Участники сетей с наибольшим количеством и силой коммуникационных связей, которые определяются соответственно аттрактивностью и соучастием, получают ресурс, определяемый как коммуникационная власть. В результате двухэтапной сетевой игры эти социальные акторы получают возможность конвертировать коммуникационную власть в политическую. Однако характерные для постполитики демассификация и персонализация несут в себе и соответствующие угрозы: с одной стороны, дезинтеграции, с другой стороны – нового проявления авторитаризма – цифровой диктатуры.

DOI: 10.17976/jpps/2021.02.05

POST-POLITICS IN THE NETS OF POST-TRUTH

A.G. Kostyrev[1]

[1] *T.G. Shevchenko 'Chernihiv Collegium' National University. Chernihiv, Ukraine*

KOSTYREV, Andrey Gennadievich, Cand. Sci. (Polit. Sci.), Associate Professor at the Law, Philosophy, and Political Science Department, T.G. Shevchenko 'Chernihiv Collegium' National University, email: akostyrev18@gmail.com

Kostyrev A.G. Post-politics in the Nets of Post-truth. – Polis. Political Studies. 2021. No. 2. P. 64-75. https://doi.org/10.17976/jpps/2021.02.05

Received: 25.04.2020. Accepted: 17.11.2020

Abstract. In the context of a new communication reality, the features that distinguish political processes can be called 'post-truth'. The author considers post-truth as an environment of multiple information influences, which is a product of the Internet and, especially, social networking. Post-political communication differs from propaganda in such properties as demassification and individualization, differentiation, and the variability of information flows; it cannot be guided by mainstream mass media arguments that are manipulated by governments and corporations. An analysis of empirical research data suggests that post-truth perception is a natural process of post-rationalism, due to the fact that in the era of the Internet, the

volume of information and its speed exceeds the capabilities of the human brain. In a situation of stress caused by information overabundance, people rely on their emotions related to their core beliefs. Under these conditions, personal moral values have become an influential force in the selection of sources, as well as in the interactive processes of reacting to and producing information. Having gained a greater degree of freedom in the information space and becoming the subject of the communication process, an individual assumes the greater degree of responsibility for political decision making. Moral values, which are interpreted and experienced by subjects in different ways, become the basis of communication and subsequent social structuring in a network society. The author concludes that the modality of post-truth reflects multiple deep individual value attitudes. Post-politics is distinguished by its anthropocentricity and orientation toward a personal axiological code. In a multimodal communication space, it is implemented as a network game. In a network society, post-truth policy is based on the patterns of online networks' functioning and development. In the multimodal communication field, post-politics is carried out as a network game. Through this game, the social actors with the most attractiveness and the highest level of co-participation get the opportunity to convert their communication influence into political power.

Keywords: Internet, communication, moral values, political beliefs, fake news, social structuring, network game.

References

Allcott H., Gentzkow M. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. – *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 31. No. 2. P. 211-236. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Bartlett J. 2018. *The People Vs Tech: How the Internet Is Killing Democracy (and How We Save It)*. London: Ebury Publ.

Bennett W.L. 2012. The Personalization of Politics Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. – *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 644. No. 1. P. 20-39. https://doi.org/10.1177/0002716212451428

Bennett W.L., Livingston S. 2018. The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. – *European Journal of Communication*. Vol. 33. No. 2. P. 122-139. https://doi.org/10.1177/0267323118760317

Berger J., Milkman K.L. 2012. What Makes Online Content Viral? – *Journal of Marketing Research*. Vol. 49. No. 2. P. 192-205. https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353

Blumler J.G. 2015. Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted. – *Communication Theory*. Vol. 25. No. 4. P. 426-438. https://doi.org/10.1111/comt.12077

Burt R.S. 2017. Structural Holes versus Network Closure as Social Capital. – *Social Capital Theory and Reserch*. Ed. by R. Dubos. New York: Routledge. P. 30-56. https://doi.org/10.4324/9781315129457

Cooper T., Thomas J. 2019. *Nature or Nurture: A Crisis of Trust and Reason in the Digital Age*. London: Albany Associates.

Crouch C. 2004. *Post-Democracy*. Cambridge, UK: Polity.

Feinberg M., Wehling E. 2018. A Moral House Divided: How Idealized Family Models Impact Political Cognition. – *PLOS ONE*. Vol. 13. No. 4. e0193347. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0193347

Freelon D., Wells Ch. 2020. Disinformation as Political Communication. – *Political Communication*. Vol. 37. No. 2: Beyond Fake News: The Politics of Disinformation. P. 145-156. https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755

Golman R., Loewenstein G., Moene K.O., Zarri L. 2016.The Preference for Belief Consonance. – *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 30. No. 3. P. 165-188. https://www.doi.org/10.1257/jep.30.3.165

Guadagno E.R., Guttieri K. 2019. Fake News and Information Warfare: An Examination of the Political and Psychological Processes From the Digital Sphere to the Real World. – *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation*. Online IGI Global, P. 167-191.

Guadagno E.R., Muscanell L.N., Rice M.L., Roberts N. 2013. Social Influence Online: The Impact of Social Validation and Likability on Compliance. – *Psychology of Popular Media Culture*. Vol. 2. No. 1. P. 51-60. https://doi.org/10.1037/a0030592

Haidt J. 2013. *The Righteous Mind: Why Good People are Divided by Politics and Religion*. London: Vintage.

Jackson M. 2010. *Social and Economic Networks*. Princeton University Press. 520 p.

Jutel O. 2019. Post-Politics. – *Routledge Handbook of Psychoanalytic Political Theory*. Ed. by Y. Stavrakakis. New York: Routledge. P. 430-444. https://doi.org/10.4324/9781315524771

Kaun A., Kyriakidou M., Uldam J. 2016. Political Agency at the Digital Crossroads? – *Media and Communication*. Vol. 4. No. 4. P. 1-7. http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.690

Lakoff G., Wehling E. 2016. *Your Brain's Politics: How the Science of Mind Explains the Political Divide.* London: Societas Publ.

Lodge M., Taber C.S. 2013. *The Rationalizing Voter*. Cambridge University Press.

Mounk Y. 2018. *The People vs. Democracy: Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Nyhan B., Reifler J. 2010. When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. – *Political Behavour.* No. 32. P. 303-330. https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2

Sawaoka T., Monin B. 2018. The Paradox of Viral Outrage. – *Psychological Science*. Vol. 29, No. 10. P. 1665-1678. https://doi.org/10.1177/0956797618780658

Sharp G. 2012. From Dictatorship to Democracy: A Conceptual Framework for Liberation. Melbourne: Custom Book Centre.

Suler J. 2004. The Online Disinhibition Effect. – *Cyberpsychology & Behavior.* Vol. 7. No. 3. P. 321-326. https://doi.org/10.1089/1094931041291295

Sunstein C.R. 2009. *Republic.com 2.0.* Princeton: Princeton University Press.

Vosoughi S., Roy D., Aral S. 2018. The Spread of True and False News Online. – *Science*. Vol. 359. No. 6380. P. 1146-1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Wood T., Porter E. 2019. The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence. – *Political Behavour.* Vol. 41. P. 135-163. https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y

Arendt H. 2014. *Between Past and Future. The Eight Exercises in Political Thought.* (Russ. ed.: Arendt H. *Mezhdu proshlyim i buduschim. Vosem uprazhneniy v politicheskoy myisli*. Moscow: Institut Gaydara).

Chugrov S.V. 2017. Post-truth: Transformation of Political Reality or Self-Destruction of Liberal Democracy? – *Polis. Political Studies*. No. 2. P. 42-59. (In Russ.) https://doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04

Harari Y.N. 2019. *Homo Deus. A Brief History of Tomorrow.* (Russ. ed.: Harari Y. N. Homo Deus. Kratkaya istoriya buduschego. Moscow: Sindbad Publishers).

Politika postpravdy v sovremennom mire [Post-Truth Politics in the Modern World]. 2017. Ed. by O.V. Popova. St. Petersburg: Skifiya-print.

Tikhonova S.V. 2016. Social Networks: Problems of Internet Socialization. – *Polis. Political Studies*. No. 3. P. 138-152. (In Russ.) https://doi.org/10.17976/jpps/2016.03.11

Литература на русском языке

Арендт Х. 2014. *Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли*. М.: Изд-во Института Гайдара.

Политика постправды в современном мире. 2017. Под ред. О.В. Поповой. СПб.: Скифия-принт.

Тихонова С.В. 2016. Социальные сети: проблемы социализации интернета. – *Полис. Политические исследования*. № 3. С. 138-152. https://doi.org/10.17976/jpps/2016.03.11

Харари Ю.Н. 2019. *Homo Deus. Краткая история будущего*. М.: Синдбад.

Чугров С.В. 2017. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? – *Полис. Политические исследования*. № 2. С. 42–59. https://doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04