

**ЖИЗНЬ В ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ:  
ПОНИМАТЬ ИЛИ  
БОРОТЬСЯ И  
ПРЕОДОЛЕВАТЬ?  
В.В. Знаков**

Доклад на конференции в Костроме  
26 сентября 2019

## Уважаемые коллеги!

Для меня большая честь открывать такой представительный форум, как эта конференция. Однако когда я начинаю задумываться над тем, почему ее организаторы предоставили мне это право, меня охватывает некоторое смущение, потому что я не считаю себя крупным специалистом по психологии стресса и совладающего поведения. Видимо, дело в том, что настало время для углубленного анализа не только собственно психологических механизмов стресса и совладания, но и тех социально-психологических условий, которые либо обоснованно способствуют возникновению стрессовых реакций, либо порождают иллюзии. Я имею в виду те случаи, когда стресс является следствием нашего неадекватного понимания



социальных ситуаций, приписывание им того, чего в них нет. Именно такая ситуация отражена в шутке, которую моей жене недавно прислали на WhatsApp: «Женская народная забава: сама придумала, сама обиделась».

Большинство современных исследований стресса направлены на анализ объективных обстоятельств, этот порождающих психологический феномен (нищета, болезни, угроза), и изучение стрессоустойчивости человека. Вместе с тем переживание стресса может быть вызвано и субъективными причинами, такими, как искаженное понимание внешних воздействий.

*Цель* моего выступления – обратить внимание на обстоятельства и ситуации, в которых стресс вызывается не столько внешними, сколько внутренними условиями,

неконструктивным или неадекватным пониманием внешних воздействий.

В этом отношении типичными являются высказывания, оцениваемые как правдивые или лживые. Жалобы о том, что нас обманывает правительство, СМИ, продавцы в магазинах раздаются отовсюду и каждый день. Однако всегда ли пренебрежение истиной, искажение фактов является ложью, которую мы должны не допускать? Какой лимит может оказаться безопасным? Или это не травматический стресс? Или есть связанные с неправдой коммуникативные трудности, с которыми субъекту следует не бороться, а просто понимать их?

В наше время изменившаяся социальная структура общества способствовала изменениям в методологии социогуманитарного познания. В течение последнего



столетия описания общества трансформировались: они эволюционировали от характеристик индустриального «общества потребления» (Ильин, 2008) к анализу постиндустриального «общества знаний» (Джонс, 2015), а затем к выявлению признаков «общества переживания» (Schulze, 2005). Трансформация означает не отрицание предыдущих стадий развития общества, а их изменение, совместное существование старого и нового.

В постиндустриальном мире желания людей приобретают характер базисных производительных сил, а развитие общества определяется массивом воздействием человеческих желаний. Согласно сегодня происходит модернизация переживания, которая означает изменение целей поведения людей с внешних на внутренние. Осознание изменения не отрицает

«направленности вовне», а акцентирует внимание экономистов и психологов на дополнительной ориентации внутрь: человек стремится к тому, чтобы достичь чего-то в самом себе (Там же, S. 419). С позиций «общества информирования», при внешне ориентированном потреблении каждый человек стремится получить ответ на вопрос: «Мне нравится (нужно) X, как я могу это получить?». В «обществе переживания» люди с внутренней ориентацией задают себе сложный философский вопрос, ответ на который радикально трансформирует последующее поведение: «А чего я, собственно, хочу?» (Там же, S. 34).

Глубинным основанием возникновения «общества переживания» является трансформация мира человека, основанная на изменениях ценностей и мотивов (Инглхарт, 2018). Главная причина людей изменений —



поколебавшаяся уверенность в том, что только разум, рациональный выбор и научное мировоззрение влияют на формирование культурных изменений. В современном мире люди очень многих стран уже давно живут в условиях стабильности и материального благополучия, способствующих возникновению экзистенциальной безотцовщины. В этих условиях, как показывают масштабные социологические исследования, материалистические ценности экономического роста и богатства начинают приобретать меньшую значимость, чем постматериалистические ценности свободы, равенства, справедливости. Конечно, в периоды временных экономических спадов удельный вес материалистических ценностей снова возрастает. Однако по мнению Инглхарта, «крупнейшая трансформация ценностей уже случилась: в

1970 г. материалистов было значительно больше, чем постматериалистов во всех западных обществах, а к 2000 г. количество постматериалистов уже превысило количество материалистов... Межпоколенческие изменения ценностей уже не являются основным источником перемен в этих странах; и пожилые придерживаются молодые теперь и тех же (за исключением практически одних ценностей) (там же, с. 56).

В «обществе переживания» люди иначе смотрят на многие области человеческого бытия. В частности, в нем трансформируется идеология рекламы: от информирования о превосходных качествах товара (например, холодильника) к ее соответствию представлениям потребителя о прекрасной жизни, которая явно будет лучше той, которой он живет сейчас (что выбрать: Ладу или Мерседес?). И если



рекламное обещание будет далеким от действительности и противоречить разумным доводам, то это его достоинство, а не недостаток. Об этом говорил один из основоположников рекламного бизнеса К.М. Хопкинс: «Реклама должна быть сильнее обычных доводов, как пьеса должна быть реальной ярче жизни» (Хопкинс, 2005, с. 17). В переживании ~~общества~~ ~~для~~ ~~людей~~ становится такой проект прекрасной жизни, в котором преобладают субъективные ценности, внутренние ориентиры, направленные на переживание желаемого. Именно в ценностных представлениях воплощаются «проекты хорошей жизни», которые становятся целями достижимого человеческого бытия.

В XXI в., когда исследования начали проводиться под углом зрения «общества переживания», стало очевидно, что

во многих областях наблюдается снижение удельного веса категории «истины» (вероятно, это одна из причин того, что сегодня в нашей стране престиж профессии значительно ниже, чем ученого полвека назад).

Однако делом и методологии социогуманитарного познания в частности это не означает, что научное знание становится менее объективным. Просто фокус исследовательского внимания все чаще оказывается направленным на такие явления и феномены (страхи, самообман, эвтаназия), которые описать, применяя только основанную на диалогической логике корреспондентную теорию истины. Научный анализ содержания подобных явлений и феноменов требует от психологов обращения к опыту, переживанию, постижению понимающего мир субъекта.



Если учесть целостный контекст развития переживания», то неудивительно, что в «общественном году по версии «Оксфордского словаря» стала «постправда». Слово определяется как «относящееся к таким обстоятельствам или обозначающее такие обстоятельства, в которых объективные факты влияют на формирование общественного мнения меньше, чем воззвания к эмоциям и личным убеждениям» (Word of the year..., 2016). В следующем 2017 г. по версии издательства Collins понятием года стало fake news, то есть «фальшивая, часто сенсационная информация, распространенная видом новостей». под

Хочу обратить ваше внимание на то, что между постправдой и фейком есть принципиальное психологическое отличие. Оно заключается в интенции,

мотивационной составляющей высказывания: фейк это намеренная ложь, а постправда это неправда, которая может быть и случайной. Сегодня я буду говорить только о постправде, для меня важно обратить ваше внимание на некоторые ее психологические механизмы.

В современной общественной жизни примеров постправды множество. В частности, 15 января 2019 г. в Госдуме при обсуждении спорного вопроса о Курильских островах мой любимый политический персонаж В.В. Жириновский напомнил депутатам о том, что Япония была в Тройственном пакте вместе с фашистской Германией, она много раз нападала на Россию. И, цитата: «ни разу нога русского солдата не ступала на японскую землю по своей воле, а они всегда мечтали до Урала захватить русские земли». Подтекст сказанного ясен: миролюбивые русские



обсуждают проблему островов с агрессивными японцами. А существует ли хотя бы один японец, мечтающий захватить российскую территорию до Уральских гор, доказать невозможно, более того, в этом контексте это и не нужно. Главное в этой политической ситуации — приобрести новых сторонников и вызвать одобрение уже имеющих.

По мнению многих политиков, в этой реальности главное для общающихся людей — не придерживаться фактов в разговоре, а учитывать цели, ценности, нормы партнеров. Это нужно для того, чтобы не только вызывать положительные эмоциональные переживания у собеседников, но и акцентировать их внимание не на конкретном содержании сказанного, а на подтексте, неявных сторонах ситуации.

Способы аргументации, используемые В.В. Жириновским, не уникальны, сегодня их проявления можно обнаружить в разных областях человеческого бытия. В «обществе переживания» появилось немало контекстов, в которых наиболее значимыми оказываются ценностные и прагматические стороны коммуникативной ситуации, определению соответствия высказываний действительности отводятся фактам, второстепенная свидетельствуют, например, многочисленные теледебаты на российском телевидении, коммуникативная ситуация постправды такова, что спорщики даже не стараются найти истину, для них главное — победить в споре.

В последнее время, с точки зрения психологии понимания постправды, а если говорить более обобщенно, то создания психологии возможного, пожалуй, наиболее значимым



открытием является обоснование появления альтернативной эпистемологии (Lewandowsky, Ecker, Cook, 2017). Она не только не соответствует стандартам документальных подтверждений, необходимости поиска фактов и опровержения дезинформации. Такая эпистемология применяется для анализа иной, альтернативной реальности. Дезинформация – дефект, изъян нашего информационного ландшафта, но «постправда - это проблема не пятна на зеркале. Проблема заключается в том, что зеркало - это окно в альтернативную реальность» (р. 356). Такая реальность состоит из сведений неистинных, но, тем не менее, присутствующих в сознании и влияющих на поведение тысяч людей. В этой альтернативной реальности бывший президент США Б. Обама родился в Кении, изменение климата - это мистификация, созданная китайцами или климатологами,

НАСА управляет колонией детей-рабов на Марсе (Там же, р. 357).

В современном «обществе переживания» постистина и постправда стали нормой. Еще полвека назад необходимость истинности суждений как их соответствия фактам признавалась практически во всех сферах человеческой жизни. Сегодня во многих из них на смену истине пришли мнения, коммуникативные цели и ценности. Например, содержание мнений фанатов футбольных команд фактически никогда не зависит от количества побед в чемпионате, они все равно утверждают, что их команда лучше соперников. Правдивость того, что сказал субъект



Важным условием возникновения постправды является отсутствие социальной ответственности распространителей информации. Распространение ложных сведений: «Постправда – это некий контекст, модальность, ситуация, которые делают возможным распространение ложных новостей, причем не предполагающих за это ответных санкций. В таком модальном (релятивистском) контексте не имеет значения, правдива ли новость или нет. Важно, чтобы она соответствовала двум условиям: эмоциональному настрою потребителя информации и политическим целям коммуникатора. То есть неважно, произошло событие или нет – ведь оно могло бы произойти» (Чугров, 2017, с. 46).

*Действительное и возможное уравниваются в правах: раз событие могло произойти, то его общественная значимость не меньше того, которое бесспорно произошло. В*

этом контексте очень важным становится психологический анализ оснований высказывания постправды. Я хотел бы упомянуть только два из них: сходные признаки западной постправды и русского вранья, а также причины искажений в понимании правдивости высказываний.

Названные признаки удивительно похожи. Напомню, что слово «врать» в русском языке употребляется обычно в тех случаях, когда речь идет о чем-либо малосущественном, незначительном. Иначе говоря, слово «вранье» у нас употребляется для выражения социально и морально более нейтрального явления, чем умышленная ложь.

Перечислю только три из выделенных ранее отличительных признаков вранья (Знаков, 1999).

1. Вранье — не дезинформационный феномен, а



отношения партнером, доставить своей выдумкой себе и ему. Это не столько средство удовольствия искаженного отражения действительности, преднамеренно установления контакта и сближения людей.

2. Вранье не рассчитано на то, что ему поверят, в этом акте отсутствует намерение обмануть слушателя. Рассказывая небылицы, человек и не надеется, что кто-то в них поверит. Иначе говоря, он не надеется обмануть партнера.
3. Вранье не предполагает унижения слушателя и получения за его счет какой-то личной выгоды.

Проходят столетия, а в русском национальном самосознании отношение к неправде и вранью изменяется. И вот уже наша современница писатель Л.Е.

Улицкая в специальном сборнике повестей проводит художественное исследование женского вранья.

Для понимания постправды важны исследования, позволяющие ответить на вопрос: как возможна ситуация, в которой и говорящие, и слушающие знают, что утверждение не может быть истинным, и вместе тем скрывают это от себя.

В «обществе переживания», отвечая себе на вопросы типа «Чего я хочу?», субъект не может делить все на черное и

белое. Обычно ответы находятся в промежуточной области вероятностей, возможных истин, предположений, путей к решению. В этой области достаточно места для ошибок и искажений, а самообман может вырасти из этих искажений.

При анализе перспектив развития Я недостаток реальных знаний нередко компенсируется далекими от



2017). Как показывают психологические исследования, забытая или устаревшая информация остается в памяти и если она вспоминается, то воспринимается и понимается субъектом как достоверная, не вызывающая у него сомнений (Ecker et. al., 2014). Вследствие этого картина произошедших событий оказывается искаженной. Кроме того, при интерпретации возможных Я не следует игнорировать и ложные убеждения субъекта, основанные на самообмане (Mele, 1999).

Наряду с анализом психологических черт и источников желаний, способствующих появлению самообмана, ученые изучают его фасилитаторы, т.е. свойства личности, упрощающие возможности нарушения социальных норм и ценностей, например, макиавеллизм или самообман (van Leeuwen, 2008). Самообман может возникнуть даже тогда,

когда субъект заинтересован в том, чтобы быть максимально рациональным, потому что эмоции таким же образом обусловлены рациональностью, как рациональность — эмоциями. Иначе говоря, самообман появляется вследствие взаимодействия когнитивных и эмоциональных факторов. Он приводит к слепому бесконтрольному принятию человеком веры в то, что при тщательном рассмотрении было бы охарактеризовано им как ложное (Sahdra, Thagard, 2003).

Итак, независимо от социальных или моральных оценок следует признать, что в мире человека есть предпочитаемые и отвергаемые альтернативные возможности. Если использовать метафору, то можно сказать, что многие люди плавают в море возможного, даже не думая о том, чтобы найти островок истины. И бесполезно возмущаться и осуждать их, потому что в «обществе переживания»



появилось немало сфер человеческой жизни, психологические и социальные основания которых строятся на сознательном отказе от истинных утверждений.

Одной из них, приобретающей все больший политический и социальный вес, является субкультура пранкерства.

Какое отношение все сказанное имеет к психологии стресса? По-моему, прямое. В очень большом числе случаев мы сможем не переживать ситуацию как стрессовую. Для этого необходимо осознавать и понимать, что некоторые факты или прямо игнорируя искажая коммуникативный партнер не ставит перед наш собой обмануть нас и тем самым нанести оскорбление. Просто он играет в другие игры, в которых придерживаться истины не обязательно. Нам это может не нравиться, но надо понимать, что такие коммуникативные ситуации в мире человека имеют право на существование.

**Благодарю за внимание!**