

Петренко Володимир Костянтинович,

аспірант

Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

orcid.org/0009-0008-6013-9748

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОСТІ ЯК ФАКТОР ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Сучасність є середовищем різноманітних інформаційних впливів і комунікативних взаємодій. Абсолютна більшість дослідників визнає її характерною ознакою таку тенденцію, як розширення й диверсифікація діапазону засобів інформаційно-комунікативного впливу. Зазначена особливість – закономірний наслідок інструментального розмаїття епохи інформаційного суспільства. Таке розгалуження й посилення інформаційних каналів впливу на індивідуальну й суспільну свідомість утворюють одну з ключових детермінант, які визначають життєдіяльність суспільства в найрізноманітніших аспектах, зокрема, у сенсі міри адекватності інформаційної картини світу, коректності смислових і значеннєвих ієрархій, аксіологічних пріоритетів та етичних преференцій. Якщо ці аспекти звести до спільного знаменника, то можна стверджувати, що інформаційно-комунікативні впливи є тим комплексним чинником, який істотно визначає ефективність життєдіяльності суспільства на рівні як фактичного статус-кво, так і в розумінні вірогідних перспектив і можливих напрямів еволюціонування.

Важлива специфічна ознака інформаційно-комунікативної сфери сучасності пов'язана зі складним симбіотичним поєднанням класичних опцій (на кшталт типології ефективності мовних засобів, специфіки відтворення думкою мови й соціокультурної специфіки розуміння) та дедалі більш посилюваних новітніх тенденцій (примітивізації масової культури, факторів кліпового мислення, мозаїчності картини світу тощо). Сукупність наведених інформаційно-комунікативних тенденцій спонукає до приділення першочергової теоретико-концептуальної уваги факторам комунікативної ефективності культури розуміння та медійної компетентності.

Ключові слова: інформаційно-комунікативні тенденції, диверсифікація комунікативного впливу, соціокультурна зумовленість, ефективність життєдіяльності суспільства, фрейм, пропаганда, постправа, комунікативна культура.

Petrenko Volodymyr,

Postgraduate Student

Ukrainian State University named after Mykhailo Drahomanov

orcid.org/0009-0008-6013-9748

CURRENT INFORMATION AND COMMUNICATION TRENDS AS A FACTOR OF LIFE ACTIVITY OF SOCIETY

Modernity is an environment of various information influences and communicative interactions. The absolute majority of researchers recognize such a trend as the expansion and diversification of the range of means of informational and communicative influence as its characteristic feature. The specified feature is a natural consequence of the instrumental diversity of the era of the information society. Such branching and strengthening of informational channels of influence on individual and social consciousness form one of the key determinants that determine the vital activity of society in the most diverse aspects – in particular, in the sense of the adequacy of the information picture of the world, the correctness of semantic and meaning hierarchies, axiological priorities and ethical preferences. If these aspects are reduced to a common denominator, then it can be argued that informational and communicative influences are the complex factor that significantly determines the effectiveness of society's vital activities at the level of both the actual status quo and the understanding of probable prospects and possible directions of evolution.

An important specific feature of the information and communication sphere of modernity is connected with a complex symbiotic combination of classical options (such as the typology of the effectiveness of language means, the specifics of thought reproduction of language and the socio-cultural specifics of understanding) and the increasingly strengthened recent trends (primitization of mass culture, factors of clip thinking, mosaicism pictures of the world, etc.). The totality of the given informational and communicative trends prompts to pay primary theoretical and conceptual attention to the factors of communicative effectiveness of the culture of understanding and media competence.

Key words: informational and communicative trends, diversification of communicative influence, socio-cultural conditioning, effectiveness of society's vital activities, frame, propaganda, post-truth, communicative culture.

Вступ. Актуальність виконаного дослідження. Осмислення особливостей і закономірностей інформаційних каналів впливу на індивідуальну та суспільну свідомість сучасності має ключове, а в багатьох випадках і вирішальне значення для таких опцій ефективної життєдіяльності суспільства, як адекватність інформаційної картини світу, коректність смислових і значеннєвих ієрархій, аксіологічних пріоритетів та етичних преференцій.

Виклад основного матеріалу. Як аргументовано стверджував Макс Шелер, реальність суспільства постає тією очевидністю, яка в епоху великих сумнівів підлягає сумніву найменше: ми можемо сумніватися в реальності чого завгодно, навіть власних думок, оскільки вони можуть бути значною мірою зумовленими інформаційним порядком денним і нав'язаними ним ієрархіями світоглядних пріоритетів, але реальність суспільства не підлягає сумніву – це той фактор, який якщо і втратить ознаки реальності, то зробить це в останню чергу, після того як решта аспектів, атрибутів і чинників реальності вже перетворяться на предметні абстракції та змістовні химери.

Огюст Конт узагалі наполягав на доцільності домінування суспільства *Найвищою Істотою*. Обидва слова цього словосполучення мають однаково істотне смислове навантаження: фактор *Істоти* привертає увагу до надіндивідуального особистісного рівня цієї реальності, а позиціонування її як *Найвищої* віддзеркалює її фактичний статус, її безальтернативну першість з-поміж інших індивідуальних та надіндивідуальних особистісних форматів. У такій системі смислових координат індивідуальність постає відображенням внутрішнього світу людини, а суспільство є втіленням зовнішньої індивідуальності людини, тобто результувального ефекту зовнішніх впливів на індивідуальність. Власне, цей привілейований онтологічний статус суспільства значною мірою пояснює істотність епістемологічного впливу, здійснюваного ним на решту індивідуальних та надіндивідуальних особистісних форматів, які є споживачами інформаційно-комунікативних впливів суспільства.

Однак, будучи онтологічно інваріантним, фактичний статус суспільства у світоглядному, стереотипному, критеріально-нормативному та аксіологічному сенсі зазнає перманентних

змін, тобто суспільство завжди конкретно-історичне та соціокультурно навантажене (у тому розумінні, що автоматизми світосприйняття й смислотворення різних соціумів не лише можуть істотно відрізнятись, а й здебільшого відрізняються, інколи аж до антагоністичної несумісності).

Як влучно зауважила В. Козлова, «одні й ті самі аргументи, риторичні прийоми, засоби підсилення тексту мають різну силу в різних культурах, і відповідно – різну ефективність. Так, у китайській аудиторії ефективні афоризми та байки. Для англійців велике значення має подання тієї чи тієї ідеї як старої, уже перевіреної досвідом. На американця сильний вплив чинить аргумент, побудований на демонстрації особистої користі. А німцю слід показати економію, зиск від реалізації тієї ідеї, що пропагується» (Козлова, 2016, с. 204).

Також не підлягає сумніву, що **«кожна епоха володіє власним комунікативним горизонтом**, артикулює буття інструментарієм власної мови, вдається до послуг оригінальних мовних засобів, які частково притаманні лише їй, лише цьому конкретно-історичному відтинку. В абсолютній більшості випадків публічної комунікації сучасного суспільства атрибутивного й навіть імперативного статусу поступально набувають театральні ефекти, явища карнавалізації і перфомансу» (Кузьоменська, 2019, с. 109).

Змістовна квінтесенція взаємовпливу й взаємозумовленості мови та суспільства полягає в тому, що мова та суспільство перебувають у стані тісної корелятивної взаємозумовленості: з одного боку, кожна мова істотною мірою соціокультурно навантажена – тобто соціум визначає як світоглядні й критеріальні горизонти мови, так і її стилістику, проблемно-аксіологічну акцентованість; з іншого боку, мова чинить зворотний вплив на суспільство – зокрема, його інструментарій визначає ресурсні можливості суспільної комунікації.

Між мовною та соціальною (світоглядною, аксіологічною, телеологічною, політичною, господарсько-економічною і т. ін.) дійсністю є чіткий корелятивний взаємовплив. Зокрема, мова є достеменно соціокультурним феноменом, її взаємозв'язок із соціальним пізнанням і соціальними практиками є безперечним і визначальним як для мови, так і для соціуму.

Натомість соціум когнітивно розробляє інструментально-функціональний зміст мови в історичних (вертикальних) та соціокультурних (горизонтальних) умовах і способах життєдіяльності.

Як наголошує В. Сухенко, «соціальну зумовленість розвитку мови не слід розуміти як пряме відображення в мові всіх суспільних подій або як наявність соціальних причин у кожного факту зміни мови. Соціальні фактори впливають на мову не прямолінійно: вони можуть прискорювати або сповільнювати темп мовної еволюції, сприяти перебудові окремих ділянок мовної системи. Соціальні компоненти в структурі мовних одиниць наявні тому, що мова слугує засобом опису й самого суспільства. Так, слова, що позначають суспільні явища, містять у собі соціальний компонент. Крім не залежного від волі окремих людей впливу суспільства на мову, можливий і свідомий, цілеспрямований вплив держави (і суспільства загалом) на розвиток і функціонування мови – мовна політика. До неї належить створення лінгвістами нормативних словників та довідників, пропаганда мовних знань і культури мовлення в засобах масової інформації» (Сухенко, 2020, с. 2).

У фундаментальній праці «Релігії людства» Мішель Малерб переконливо доводив, що кожен витлумачує символи відповідно до власного досвіду та контексту. Обмежених індивідів обурюють тлумачення, які, на їхню думку, далекі від тексту; натомість інтелектуали схильні до висновків, які спотворюють смисл слів. Жодній релігії та інтерпретаторам сакральних текстів не вдається уникнути цієї проблеми, яка призводить до суперечок і конфліктів. Тут закономірно напрошуються аналогії з концептуалістикою світ-систем Іммануїла Валлерстайна як утілення соціокультурної взаємодії людства й однієї з найбільш виразних моделей такої взаємодії.

Річ у тім, що кожен соціум (суспільна свідомість) керується насамперед і головним чином присвоєним значенням (вторинним смислом) соціальної феноменології, а не її автентичною фактичністю (первинним смислом). «У цьому, – як зазначав Ернст Кассіер у трилогії «Філософія символічних форм», – полягає неминуча доля культури, а саме: усе, що вона створює в безперервно прогресувальному процесі оформлення та “конструювання”, віддаляє

нас у тій же прогресії від першоджерела буття. Людина виявляється дедалі більш обтяженою своїми ж власними творіннями – словами мови, образами міфів або мистецтва, інтелектуальними символами пізнання, – які лягають на неї ледь помітною вуаллю, яка, проте, є надзвичайно міцною. Тому фундаментальне завдання філософії культури, себто філософії мови, пізнання, міфології і т. д., полягає в тому, щоб зірвати цю вуаль: із опосередкованої сфери значень та позначень повернутися назад – у первісну сферу інтуїтивного споглядання» (Cassirer, 2020 p. 318).

На жаль, у наш час масштаб зазіхань того епістемологічного й гносеологічного блоку, який Кассіер відрекомендував *філософією культури*, з різних причин є значно менш амбітним і претензійним: він полягає в досягненні когерентності, у забезпеченні коректної симетрії між об’єктивною дійсністю та адекватним її віддзеркаленням на рівні як інформаційно-комунікативних засобів, так і людської думки, мислення, свідомості та способів формалізації.

У кожному разі не підлягає сумніву, що «ефективність функціонування суспільства сучасного формату перебуває в безпосередній залежності від специфіки комунікативної сфери. За цих обставин актуалізується фактор якості комунікативних обмінів. Жак Лакан стверджував, що смислові й аксіологічні наголоси вкорінені в «соціальному безсвідомому», у його історичній і соціокультурній специфіці. Інакше кажучи, кожен конкретно-історичний і соціокультурний досвід генерує особливу й навіть унікальну «смислову топографію», яка істотно відрізняється від інших «смислових картин світу». З огляду на зазначену особливість на смислову багатоманітність неможливо накинути універсальну критеріальну сітку. Натомість можна хіба що вийти на рівень коректного розуміння смислових пріоритетів чужого історичного й соціокультурного досвіду – і не більше» (Кузьоменська, 2022, с. 84).

Власне, «соціальною є не тільки мова як система взаємопов’язаних і взаємозумовлених одиниць, що має чітку ієрархічну структуру, соціальним є й мовлення. Мовлення – це насамперед акт спілкування людей, тобто комунікативний акт, соціальний за своєю суттю. Люди говорять не для того, щоб відтворювати мову й демонструвати свої мовленнєві здібності, а для

того, щоб передати позамовну інформацію чи вплинути на інших учасників комунікативного акту. Соціальна природа мовлення виявляється і в тому, що мовці намагаються дотримуватися наявних у суспільстві вимог щодо вимови, слововживання тощо» (Кочерган, 2006, с. 301).

А оскільки ієрархію факторів, які визначають комунікативну ефективність мови, очолюють соціокультурні, ментальні, стереотипні та аксіологічні чинники, які належать до предметної сфери повноважень соціальної філософії та філософії історії, то їхній предметний розгляд саме цим субдисциплінарним відгалуженням філософії є не лише цілком закономірним, а й набуває першочергового значення з огляду на інструментальну когерентність соціальної філософії та філософії історії з предметним полем, яке детермінує комунікативну ефективність мови.

Як зазначав у «Філософських дослідженнях» Людвіг Вітгенштейн, кожне слово має певне значення, яке не лише істотно співвіднесене зі словом, а і є його об'єктом. Чимало змістовних, інтенційно мотивованих і телеологічних проблем пов'язані саме з тією обставиною, що за наявності спільного предмета дискурсу різні суспільні практики передбачають різні значення, а тому – різні об'єкти дискурсу. Це пояснює наявність численних смислових різногласень, непорозумінь і псевдопроблем, які часто справляють прикре враження розмови глухих з німими.

Саме «завдяки мові розумова змістовність набуває формалізованої рельєфності. Таку формалізаційну діяльність не слід недооцінювати, адже саме завдяки їй розумовий потенціал актуалізується, «опредмечується», стає об'єктом удосконалення засобами інтерактивної рефлексії. Усе це – завдяки перевтіленню, трансформації думки в слово, унаслідок чого структурується субстрат мови, який можна чуттєво сприйняти; на письмі ж він набуває взагалі очевидної тілесності» (Шніцер, 2018, с. 54).

Будь-яка спільнота є комунікативною: «Комунікація постає інструментом інформаційного зв'язку, за відсутності якого ефективно функціонування суспільства є не лише сумнівним, а й неможливим: **ефективність людського суспільства значною мірою зумовлена ефективністю комунікативних зв'язків і взаємодій**. Комунікація – ключова детермінанта

життєдіяльності сучасного людства, а сутнісні ознаки людини сучасного гатунку значною мірою визначаються комунікативними процесами та віддзеркалюється на рівні комунікації» (Сливінський, 2024, с. 20).

Повноцінна життєдіяльність людських спільнот неможлива за відсутності ефективного обміну інформацією (думками, почуттями, волевиявленнями) між її членами, тобто без спілкування, яке, своєю чергою, потребує певної системи знаків, насамперед найбільш універсальної з-поміж них – мови. Водночас мова є основною прикметою, а тому й засобом (само)ідентифікації членів спільноти – ототожнення зі *Своїми* та розмежування з *Несвоїми*. Тому мова – атрибут будь-якої спільноти.

Згідно з переконливою аргументацією Л. Кузьоменської, «мова є імперативом комунікативної діяльності, комунікації *par excellence*. Мову можна відреконструувати абсолютно необхідною комунікативною потребою та інструментом номінування реальності. Мова – ключовий засіб реалізації комунікативного потенціалу, а саме: лише на рівні мови *post factum* та *a posteriori* комунікативний потенціал, по-перше, набуває виразних змістовно-функціональних ознак, по-друге, реалізує себе на практиці» (Кузьоменська, 2019, с. 63). Якщо комунікація означає пов'язування воєдино, надання структурної і гомогенної цілісності, то мова – це комунікативний посередник між індивідом та дійсністю: сприйняття й артикуляція дійсності опосередковані мовою, її інструментальними можливостями. В основі всіх комунікативних процесів лежить мова: саме вона забезпечує процес комунікації, є імперативом комунікативної діяльності, комунікації *par excellence*.

Мова – ключовий засіб реалізації комунікативного потенціалу, а саме: лише на рівні мови *post factum* та *a posteriori* комунікативний потенціал, по-перше, набуває виразних змістовно-функціональних ознак, по-друге, реалізує себе на практиці. Здебільшого мова є *засобом* комунікації, проте вона може бути й *метою* – зокрема, в межах однобічної (одноканальної) комунікації на кшталт монологів, наративів та у форматі саморепрезентації на платформах тих соціальних мереж, що спеціалізуються на оприлюдненні авторської позиції щодо знакових подій і аспектів.

Зацікавленість філософії проблематикою розуміння пов'язана, зокрема, з тим, що дослідження природи й функціонального покликання мови набуває дедалі виразнішого філософського значення. Р. Сенік привертає увагу до того, що «розуміння – гносеологічний інструмент людини. Розуміння, яке інтерпретується як осягнення смислу, становить основу й субстанційну специфіку гуманітарного пізнання. Онтологічно-гносеологічна сутність розуміння залежить від адекватності взаємодії з природною та культурною дійсністю. Вона полягає в інструментальному значенні для особистісного буття суб'єкта пізнання в процесі смислотворчості» (Сенік, 2014, с. 55).

Розмитість семантичних аспектів самого поняття «розуміння» спонукає до нових досліджень у цій сфері. Попри наявність значної кількості досліджень, присвячених цій темі, є підстави стверджувати про недостатній рівень розробки проблеми розуміння. Зокрема, особливу увагу варто приділити розгляду розуміння як гносеологічної та онтологічної категорії, виявленню її розуміння, місця й ролі в науковому пізнанні, а також знаходженню та концептуалізації основних особливостей розуміння в контексті мови, тексту й процесу інтерпретації.

Згідно з аргументацією З. Самчука, «політика як сукупність практик і дискурсів щодо оптимального впорядкування суспільної життєдіяльності набуває ознак певного тексту – з усіма його особливостями й закономірностями: з авторською суб'єктною стилістикою, з поєднанням як конвенційно прийнятих, так і неоднозначних акцентів, висновків і пропозицій. Однак сьогодні доводиться констатувати прикру даність: в освітній сфері загалом, а у вітчизняній освіті зокрема аспект цивілізаційних контекстів і підтекстів політики якщо й подається, то лише констатаційно й постулативно, хоча насправді він потребує розлогих дискурсивних альтернатив і висвітлення істотно різних концептуальних підходів, адже лише в такий спосіб можна сподіватися на аргументаційне увиразнення істотних парадигмальних відмінностей і їх закріплення засобами освіти на рівні свідомості й дискурсивних навичок» (Самчук, 2020, с. 7). Хоча в автора йшлося про аспект цивілізаційних контекстів і підтекстів політики, насправді висвітлена внутрішня

логіка й причинно-наслідкові зв'язки є універсальними та загальнометодологічними, тому в принципі підлягають поширенню на будь-яку сферу соціогуманітарного знання.

Важливою сутнісною ознакою практично кожного тексту є його культурно-цивілізаційна контекстуальність і підтекстуальність: якщо *контекст* здебільшого є прямим і наочним, то *підтекст* – латентним, апріорним і часто непомітним, а проте, так само впливовим і визначальним. Цей аспект перекидає асоціативний місток до тематики й проблематики фреймів – власне кажучи, фрейм (від англ. frame – концептуальна рамка, призма, каркас) і є змістовно-функціональним позначенням контексту в сучасній теорії та практиці інформаційно-комунікативних впливів. Це не означає, що такого явища, як фрейм, фреймування тощо не існувало раніше – просто концептуалізація цього аспекту як важливого інструмента інформаційно-комунікативних обмінів набула безпрецедентної динаміки впродовж попередньої чверті століття (Cienki, 2007; Jensen, 1986; Scheufele, 1999; Taylor & Perry, 2005; Westby, 2005).

Часто можна натрапити на твердження, що фрейми – це схеми інформації, які на основі віддзеркалення в мозку людини об'єктів навколишнього світу сприяють адекватній когнітивній обробці даних щодо типових ситуацій. Загалом така теза відповідає дійсності, однак вона потребує істотного уточнення: *по-перше*, це цілеспрямований вибір не всієї реальності, а її окремих аспектів; *по-друге*, це тенденційне «підсвічування» саме цих аспектів через замовчування чи інформаційної маргіналізації інших аспектів; *по-третє*, це популяризація певної ієрархії значущості, щодо якої відсутні пропозиції дискурсивного обміну думками, а натомість нав'язується готовий трафарет.

За потреби наведений перелік можна істотно розширити, проте навіть він дає змогу збагнути інструментальну амбівалентність і функціональну неоднозначність фреймів та фреймування. Ідеться про те, що вся сукупність опцій фреймування може йти як на користь адекватності сприйняття дійсності й ефективності інформаційно-комунікативних обмінів, так і на шкоду цим потребам, оскільки специфіку інструментального застосування фреймів у кожному конкретному випадку визначає не сам фрейм, який завжди

є об'єктом, а *суб'єкти* інформаційних обмінів і комунікативних взаємодій.

І це стосується буквально всього спектра праксеологічно застосування фреймів – як когнітивної основи й своєрідного шаблону ідентифікації і розуміння ситуації за рахунок її стереотипного спрощення; як механізму акцентування смислів і концентрації значень; як латентної (soft power) нормативістики, яка визначає спосіб взаємодії індивіда зі світом, а також істотно детермінує думки та дії.

Рефлексійний горизонт з нагоди функціонування мовно-комунікативної сфери з необхідністю охоплює аспект репрезентації мовою реальності – точніше, адекватності, глибини та ефективності такої репрезентації (фактично йдеться про принцип *a realibus ad realiora*, який означає рух процесів інтерпретації і пізнання від реалій простих до реалій складних, від реалій нижчого рівня до реалій вищого рівня).

Чи не **найбільшою проблемою постмодерну є зміщення світоглядних і комунікативних пріоритетів із реальності на формування уявлень про реальність**, унаслідок чого відбувається посилення релятивізму, критеріальна невиразність, а також розсіювання, дисперсія смислу. *Реальність* дедалі частіше заміщують *симулякри* – імітаційні замітники, які можуть не мати до об'єктивної дійсності жодного стосунку. Суспільна свідомість поступово, проте невпинно перетворюється на поле битви за той чи той формат і критеріальні лекала реальності.

Іманентна проблема демократичного суспільства пов'язана з тим, що інформаційні потоки, як правило, неоднорідні: вони містять безліч суперечливих, а інколи й взаємовиключних повідомлень. Фактор численних інформаційних джерел сприяє підтримці в інформаційному полі плюралізму репрезентацій реальності, наявності різних репрезентацій одного й того ж фрагмента реальності» (Лаврук, 2013, с. 391). Такий стан речей має як переваги, так і недоліки: з одного боку, диверсифікація репрезентаційного спектра сприяє комплексному й системному сприйняттю дійсності; з іншого – часто доводиться мати справу з інформаційним спамом, який стає непереборною перешкодою на шляху до адекватного світосприйняття, а також призводить до смислової та критеріальної релятивізації.

Як слушно наголошує Н. Бондаренко, «зростання в епоху інформаційного суспільства інформаційних обсягів у геометричній прогресії і навіть за експонентою призводить до фізичної неможливості його відстежити споживачами інформації в повному обсязі та в онлайн-режимі, а це, зі свого боку, створює спокуси інкорпорування в інформаційне поле інформаційних сегментів, які не мають нічого спільного ні з відображенням істини, ні з потребами споживача освітніх послуг зокрема, а натомість скеровані виключно на забезпечення потреб та інтересів власника інформаційного продукту» (Бондаренко, 2024, с. 63).

Окреслена тенденція призводить до далекосяжних проблемних наслідків, пов'язаних зі знецінення правди, одним з очевидних наслідків якої є явище постправди як закономірний наслідок епохи постмодерну і так званого постсоціального світу, виразно змальованого такими дослідниками, як Б. Латур, Дж. Ло, К. Кнорр-Цетіна. Проміжною ланкою між постмодерном та постправдою варто визнати епоху постфактичності, яка з різних причин майже звела нанівець боротьбу одних фактів з іншими (з контрфактами) за критерієм значущості для адекватного світосприйняття й переконливості для сприйняття індивідуальною і масовою свідомістю, а натомість перенесла вістря боротьби за світогляд споживача інформаційних послуг у сферу «суспільно-політичного серця» – психосоматики, симпатій та антипатій, приємного й неприємного, комфортного та дискомфортного.

Постправда – це, висловлюючись термінологією політичних технологій, спосіб продати уявлення про майбутнє як про сучасне, а коли майбутнє набуває сучасного статус-кво, але не збігається з оприлюдненими уявленнями про нього, то настає час для продажу наступних уявлень про майбутнє як про сучасне. І так постійно, без будь-яких змін та експромтів.

А. Гурківська аргументовано доводить, що «істотною атрибутивною ознакою постправди є ігнорування значущих фактів і альтернативних версій. В епоху постмодерну постправда перетворилася на ефективний інструмент здобуття й утримання (відтворення) влади в спосіб навіювання таких уявлень про дійсність, які насправді істотно відрізняються як від загальної картини дійсності загалом, так і від її профільних елементів зокрема» (Гурківська, 2022, с. 65).

Як слушно зауважують С. Шуріпа та І. Будрайтскіс, постправа – це істина, яка підлаштована під потреби й запити певного споживача. В епоху дедалі вищого масиву персональних даних державна та корпоративна машина може позиціонувати картину світу так, щоб та забезпечувала задоволення й комфорт конкретних категорій населення. Постправа – це новини, які приносять насолоду: «усе-таки світ такий, який я хочу». Це не є класичною брехнею – це новий режим істини, притаманний XXI століттю режим функціонування смислів і значень.

Ще одна властивість постправи полягає в тому, що вона виготовляється партиципаторно. Якщо брехня здебільшого індивідуальна, то постправа завжди надіндивідуальна – групова, корпоративна. Водночас вона не претендує на безроздільне домінування й тотальне підпорядкування собі всього масиву суспільної і масової свідомості, їй достатньо володіти статусом «першої серед рівних». Це інформація, у яку споживач хоче вірити. Постправа – плоть від плоті глобальних комунікаційних мереж з їх ринками думок і луна-камерами, які дозволяють групам одностайно жити у власних світах, не надто переймаючись відповідями на запитання щодо відповідності цих світів об'єктивній дійсності.

Де править бал постправа, там відсутня ґрунтовна аналітична компаративістика позицій, пріоритетів й аргументів: вона безальтернативно витісняється ерзацами знань, клішованістю вердиктів і зручністю стереотипів, а той факт, що такі знання, вердикти й стереотипи мають дуже мало спільного з об'єктивною дійсністю, в межах функціонально-інструментальної парадигми постправи не має жодного значення – точніше, ця парадигма докладає максимальних зусиль для латентного переконання всіх у неістинності й нерентабельній обтяжливості дотримання вимог когерентності інформаційно-комунікативних актів об'єктивній дійсності.

Парадигма постправи досягає такої мети в різний спосіб, зокрема, намагаючись нав'язати переконання, відповідно до якого об'єктивна дійсність є надто динамічною, мінливою у своєму змістовному рельєфі сферою, тому акцентованість на її конкретно-історичному статус-кво недоречна: натомість варто приділяти увагу проєктивному складнику об'єктивної дійсності – цілком у стилі гротескної російської

формули «как вы лодку назовёте, так она и поплывёт».

Безперечно, значення проєктивності в епоху динамічного соціокультурного сьогодення не варто заперечувати, однак і переоцінювати її також не слід, адже кожна трансформація, модернізація і вдосконалення має відштовхуватися від чинного статус-кво: саме ці реалії треба брати за змістовну точку відліку, визначаючись із пріоритетами оптимізації. Якщо ж такі реалії ігнорувати, беручи за орієнтир довільні уявлення про дійсність та можливість її цілеспрямованого перетворення, то з високою вірогідністю можна припустити, що результувальний ефект перетворень матиме багато спільного з фіаско.

Утім, треба визнати, що історії відомі чимало курйозних прикладів подібного «постмодерного волонтаризму» у сфері навіть цілком респектабельної концептуалістики. Варто згадати хоча б тезу Ф. Енгельса про «відмирання держави шляхом її безперервного посилення» чи формулу І. Сталіна щодо того, що «по мірі зникнення класів класова боротьба буде посилюватися». Спроби розтлумачити логіку такого концептуального абсурдизму в радянські часи довели до передінфарктного стану не одного викладача суспільних дисциплін.

Істотним проблемним аспектом постправи є її виразна тенденція до її експансіонізму у сфері суспільної свідомості, який у багатьох кластерах громадської думки й соціальних медіа набуває ознак вірусного поширення: «За замовчуванням прийнято вважати, що постправа формує “продуктовий набір” для інформаційного харчування виключно інтелектуального планктону й світоглядних люмпенів. Проте інтелектуальне збіднення інформаційного простору призвело до того, що на «субпродукт» постправи переходять й інші категорії населення й суспільні кластери – щоразу біль розлогі суспільні ойкумени виявляються заручниками споживання постправи» (Гурківська, 2022, с. 65–66).

Ще один виразний проблемний виклик із далекосяжними наслідками пов'язаний із тим, що «постправа є своєрідним ящиком Пандори, що запускає механізм дії небезпечного патогенного фактору для будь-якого типу буття – індивідуального, корпоративного, національного, глобального. Феномен використання постправи

«під егідою» демократії і «для потреб» демократії пов'язаний виключно з намірами отримати ситуативні, тактичні й кон'юнктурні переваги, які в стратегічному сенсі призводять до безпрецедентних негативних наслідків, з якими отримані ситуативні переваги не йдуть у жодне порівняння. Ще одна характерна особливість пов'язана з тим, що переваги є ситуативними (індивідуальними, груповими, корпоративними, партійними тощо), а недоліки – завжди загальносуспільними й глобальними» (Гоцалюк, 2024, с. 15).

В епоху постмодерну й суспільства масового споживання посилилися тенденції зловживання потенціалом мови та застосування агресивних мовних засобів у формі тенденційності, упередженості, зведення рахунків, нав'ювання, маніпуляцій тощо. Тенденційний та конфронтаційний формат комунікації сучасного ґатунку прокладає шлях для мовно-комунікативної інволюції, до стагнації, деградації і спотворення мовно-комунікативної сфери та її суспільних функцій. Логіка становлення мови ненависті закономірно призводить до ненависті на адресу самої мови, до зневаги факторів її якості та глибини і, як наслідок, до редукціонізму й пауперизації мовних засобів.

Щодо цього Л. Кузьоменська підводить таку результувальну ризик: «Мову дедалі частіше використовують як засіб спотворення зображеної дійсності на догоду приватним, груповим, корпоративним, політичним та іншим інтересам, які не мають нічого спільного як потребами розвитку самої мови, так і з повноцінним функціонуванням комунікативної сфери. Таке спотворення зображеної дійсності може набувати різноманітних форм, а їх спільною ознакою є тенденційність, здійснювана засобом інформаційного пресингу. На протилежному від інформаційної істерії полюсі тенденційного й маніпулятивного впливу на масову свідомість сьогодення є blackout – явище цілеспрямованого інформаційного замовчування, регламентованої заборони на висвітлення певних явищ і процесів, а також режиму інформаційного вакууму в медіапросторі (частково під цю категорію явищ підпадає також висвітлена вище тенденція гіпертрофованої політкоректності й лавиноподібної експансії евфемізмів, які замість того, щоб увиразнити смисл явищ і процесів, максимально замулюють їх)» (Кузьоменська, 2022, с. 87).

Зрозуміло, що тенденційна деформація уявлень про зображувану дійсність може обслуговувати лише чиїсь індивідуальні чи корпоративні інтереси, однак вона жодним чином не сприяє підвищенню загального рівня функціональної ефективності суспільства. Так само вона не відповідає загальному покликанню інформаційно-комунікативної сфери як середовища, яке культивує прозорі смисли й виразні значення.

Висновки. Істотним фактором соціокультурного розвитку людства епохи постмодерну є світоглядна мозаїчність, еkleктичність і смислозначеннєвий релятивізм. Як наслідок, доводиться констатувати пастишність світосприйняття сучасної людини, яке постає своєрідною «клаптиковою ковдрою» стилів, колажем ідей і гібридом поглядів, що поєднують навіть несумісні елементи.

На перший погляд, дещо парадоксальним, однак при системному розгляді цілком закономірним наслідком посилення інструментальних можливостей інформаційного суспільства є поступове витіснення на маргінес системних знань і концептуального мислення, а натомість до превалювання поверховості – спочатку на рівні автоматизмів сприйняття, а згодом і мислення щодо сприйнятого.

Це відбувається у два етапи: спочатку має місце експансія хаотичної інформації і вірусне поширення чуток, що призводить до культивування кліпового мислення, яке згодом починає працювати за самовідтворювальним принципом, витісняючи системні знання хаотичною (кліповою) інформацією. У такому інформаційно-комунікативному середовищі індивід поступово втрачає спроможність оперувати цілісними текстами й логічними конструкціями; натомість він формує уявлення про реальність на підставі фрагментарних вражень і хаотично поєднаних інформаційних сегментів.

Еволюція комунікативних стандартів відбувається повільно, але невпинно, перманентно. У наш час ефективність інформаційно-комунікативних перспектив істотно залежить від рівня комунікативної культури і компетентності, від розуміння й урахування того, що «один і той же комунікативний інструмент у рівних соціокультурних ойкуменах може мати зовсім різний комунікативний ефект. Тому особливого значення набуває приведення комунікативних

засобів у відповідність до алгоритмів сприйняття конкретної соціокультурної сфери. Ще однією важливою умовою досягнення смислового конвенціоналізму в процесі комунікативного обміну є культура розуміння, з якою пов'язані надії на адекватність сприйняття інформації. Важлива особливість культури розуміння полягає в тому, що вона є необхідною умовою і водночас результатом комунікативних процесів, тому її рівень сигналізує про

ефективність виконання обох функцій» (Кузьоменська, 2019, с. 62).

Від урахування таких особливостей і закономірностей залежить рівень вірогідності одразу трьох перспектив: по-перше, інформаційно-комунікативної ефективності на індивідуальному та суспільному рівні, по-друге, інформаційно-комунікативних тенденцій на оглядову перспективу, по-третє, функціональної ефективності суспільства, його життєдіяльності в різних онтологічних сферах.

Список використаних джерел:

- Бондаренко, Н. П. (2024). Освітнє середовище: єдність форми та змісту як імператив ефективності. *Дис. ... доктора філософії за спеціальністю «033 – Філософія»*. Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ. 243 с.
- Гоцалюк, А. А. (2024). Демократія як мета і постправа як засіб: дилема когерентності. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. Випуск 49 (4–6). С. 7–17.
- Гурківська, А. І. (2022). Політична дійсність в епоху постправа: змістовно-функціональні особливості. *Дис. ... доктора філософії за спеціальністю «052 – Політологія»*. Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, Київ. 288 с.
- Козлова, В. В. (2016). Міжкультурний аспект мовленнєвого впливу. *Молодий вчений*. №11 (38). Листопад. С. 202–205.
- Кочерган, М. П. (2006). Загальне мовознавство: Підруч. для студ. філол. спец. ВНЗ. 2 вид., випр. і доп. Київ : Видавничий центр «Академія». 463 с.
- Кузьоменська, Л. (2022). Мова як фактор комунікативної ефективності. *Вища освіта України: Теоретичний та науково-методичний часопис*. № 4 (87). С. 79–88.
- Кузьоменська, Л. Г. (2019). Комунікативна ефективність як функціональна мета мовних засобів. *Освітній дискурс: збірник наукових праць = Educational discourse: Collection of scientific papers* / Голов. ред. О. П. Кивлюк. Київ: «Видавництво «Гілея». Вип. 18 (11–12). С. 59–75.
- Кузьоменська, Л. Г. (2019). Комунікативний горизонт сучасного суспільства у дзеркалі перспектив та обмежень. *Освітній дискурс: збірник наукових праць = Educational discourse: Collection of scientific papers* / Голов. ред. О. П. Кивлюк. Київ : «Видавництво «Гілея». Вип. 12 (4). С. 100–111.
- Лаврук, Т. (2013). Інформаційна сфера як інструмент геополітичного дискурсу. *Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць*. Вип. 74 (7). С. 390–393.
- Самчук, З. Ф. (2020). Текст політики на тлі цивілізаційних контекстів і підтекстів як відсутній елемент освітнього дискурсу. *Освітній дискурс: збірник наукових праць* / Голов. ред. О. П. Кивлюк. Київ : ТОВ «Науково-інформаційне агентство «Наука-технології-інформація». Випуск 24 (6). С. 7–22.
- Сеник, Р. М. (2014). Мова як суб'єкт і об'єкт філософії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Вип. 57. С. 51–62.
- Сливінський, А. (2024). Соціокультурна взаємодія як фактор еволюціонування людства. *Вища освіта України*. № 2. С. 14–27.
- Сухенко, В. (2020). Мова і суспільство: взаємодія і розвиток. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/14727/1.PDF>.
- Шніцер, М. М. (2018). Метафора як універсальний мовний феномен. *Сучасні наукові інновації (частина II): матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*. м. Київ, 24–25 лютого 2018 року. Київ : МЦНД. С. 53–55.
- Cassirer, E. (2020). *The Philosophy of Symbolic Forms: Three Volume Set*. Routledge. 1274 p.
- Cienki, A. (2007). Frames, idealized cognitive models, domains. *The Oxford handbook of cognitive linguistics* / Ed. by D. Geeraerts and H. Cuycens. Oxford: Oxford University Press, P. 170–187.
- Jensen, K. B. (1986). *Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus, Denmark: University of Aarhus Press. 392 p.
- Scheufele, D. A. Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49. P. 103–122.
- Taylor, M. & Perry, D. (2005). Diffusion of Traditional and New Media Tactics in Crisis Communication. *Public Relations Review*. Vol. 31. P. 209–217.

Westby, D. L. (2005). Strategic imperative, ideology, and frames. *Frames of protest: social movements and the framing perspective* / Ed. by H. Johnston and J. A. Noakes. Lanham : Rowman & Littlefield. P. 217–235.

References:

Bondarenko, N. P. (2024). Osvitnye seredovysshche: yednist' formy ta zmistu yak imperatyv efektyvnosti. [Educational environment: the unity of form and content as an imperative of effectiveness] *Dys. ... doktora filosofiyi za spetsial'nistyuu «033 – Filosofiya»*. Kyiv: Kyivskyy natsional'nyy universytet budivnytstva i arkhitektury, Kyiv. 243 s. [in Ukrainian].

Hotsalyuk, A. A. (2024). Demokratsiya yak meta i postpravda yak zasib: dylema koherentnosti. [Democracy as an end and post-truth as a means: the dilemma of coherence] *Osvitniy diskurs: zbirnyk naukovykh prats'*. Vypusk 49 (4–6). S. 7–17 [in Ukrainian].

Hurkiv's'ka, A. I. (2022). Politychna diysnist' v epokhu postpravdy: zmistovno-funktsional'ni osoblyvosti. [Political reality in the post-truth era: substantive and functional features] *Dys. ... doktora filosofiyi za spetsial'nistyuu «052 – Politolohiya»*. Instytut politychnykh i etnonatsional'nykh doslidzhen' im. I. F. Kurasa NAN Ukrayiny, Kyiv. 288 s. [in Ukrainian].

Kozlova, V. V. (2016). Mizhkul'turnyy aspekt movlennyevoho vplyvu. [Intercultural aspect of speech influence] *Molodyy vchenyy. №11 (38)*. Lystopad. S. 202–205 [in Ukrainian].

Kocherhan, M. P. (2006). Zahal'ne movoznavstvo [General Linguistics]: Pidruch. dlya stud. filol. spets. VNZ. 2 vyd., vypr. i dop. K.: Vydavnychy tsestr «Akademiya». 463 s. [in Ukrainian].

Kuz'omens'ka, L. (2022). Mova yak faktor komunikatyvnoyi efektyvnosti. [Language as a factor of communicative efficiency] *Vyshcha osvita Ukrayiny: Teoretychnyy ta naukovo-metodychnyy chasopys. № 4 (87)*. S. 79–88 [in Ukrainian].

Kuz'omens'ka, L. H. (2019). Komunikatyvna efektyvnist' yak funktsional'na meta movnykh zasobiv. [Communicative effectiveness as a functional goal of language means]. *Osvitniy diskurs : zbirnyk naukovykh prats' = Educational discourse: Collection of scientific papers* / Holov. red. O. P. Kyvlyuk. Kyiv: «Vydavnytstvo «Hileya». Vyp. 18 (11–12). S. 59–75 [in Ukrainian].

Kuz'omens'ka, L. H. (2019). Komunikatyvnyy horyzont suchasnoho suspil'stva u dzerkali perspektyv ta obmezhen'. [The communicative horizon of modern society in the mirror of perspectives and limitations]. *Osvitniy diskurs: zbirnyk naukovykh prats' = Educational discourse : Collection of scientific papers* / Holov. red. O. P. Kyvlyuk. Kyiv: «Vydavnytstvo «Hileya». Vyp. 12 (4). S. 100–111 [in Ukrainian].

Lavrak, T. (2013). Informatsiyna sfera yak instrument heopolitychnoho diskursu. [The information sphere as a tool of geopolitical discourse] *Gileya: naukovyy visnyk. Zbirnyk naukovykh prats'*. Vyp. 74 (7). S. 390–393 [in Ukrainian].

Samchuk, Z. F. (2020). Tekst polityky na tli tsyvilizatsiynykh kontekstiv i pidtekstiv yak vidsutniy element osvith'oho diskursu. [The policy text against the background of civilizational contexts and subtexts as a missing element of educational discourse] *Osvitniy diskurs: zbirnyk naukovykh prats'* / Holov. red. O. P. Kyvlyuk. Kyiv: TOV «Naukovo-informatsiynе ahent'stvo «Nauka-tekhnologiyi-informatsiya». Vypusk 24 (6). S. 7–22 [in Ukrainian].

Senyk, R. M. (2014). Mova yak sub'yekt i ob'yekt filosofiyi. [Language as a subject and object of philosophy] *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*. Vyp. 57. S. 51–62 [in Ukrainian].

Slyvins'kyy, A. (2024). Sotsiokul'turna vzayemodiya yak faktor evolyutsionuvannya lyudstva. [Sociocultural interaction as a factor in the evolution of humanity] *Vyshcha osvita Ukrayiny. № 2*. S. 14–27 [in Ukrainian].

Sukhenko, V. (2020). Mova i suspil'stvo: vzayemodiya i rozvytok. [Language and society: interaction and development]. Retrieved from: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/14727/1.PDF> [in Ukrainian].

Shnitser, M. M. (2018). Metafora yak universal'nyy movnyy fenomen. [Metaphor as a universal linguistic phenomenon] *Suchasni naukovi innovatsiyi (chastyna II): materialy II Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi. m. Kyiv, 24–25 lyutoho 2018 roku*. Kyiv: MTSND. S. 53–55 [in Ukrainian].

Cassirer, E. (2020). *The Philosophy of Symbolic Forms: Three Volume Set*. Routledge. 1274 p. [in English].

Cienki, A. (2007). Frames, idealized cognitive models, domains. *The Oxford handbook of cognitive linguistics* / Ed. by D. Geeraerts and H. Cuyckens. Oxford: Oxford University Press, P. 170–187 [in English].

Jensen, K. B. (1986). *Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus, Denmark: University of Aarhus Press. 392 p. [in English].

Scheufele, D. A. Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49. P. 103–122 [in English].

Taylor, M. & Perry, D. (2005). Diffusion of Traditional and New Media Tactics in Crisis Communication. *Public Relations Review*. Vol. 31. P. 209–217. [in English].

Westby, D. L. (2005). Strategic imperative, ideology, and frames. *Frames of protest: social movements and the framing perspective* / Ed. by H. Johnston and J. A. Noakes. Lanham: Rowman & Littlefield. P. 217–235 [in English].