

ПОСТИСТИНАТА КАТО ЕЗИКОВ И КУЛТУРЕН ФЕНОМЕН

Силвия Петрова

Югозападен университет „Неофит Рилски“

Резюме. Текстът разглежда понятието постистина като културен и езиков феномен, добил популярност през последното десетилетие. Анализират се семантичните и идеологическите му импликации в медийния и политическия дискурс. Статията се фокусира върху начина, по който постистината служи не само за описване на епоха, в която фактите губят значение за сметка на предпочитания към емоциите при формиране на общественото мнение, но и като реторичен инструмент в борбите за власт и легитимност. Обръща се внимание на необходимостта от критичен подход към езика в условията на дезинформация и информационно пренасящане в ерата на доминация на социалните мрежи.

Ключови думи: постистина; социални мрежи; нови медии; политика на постистината; дискурс; лингводидактология

В последните години терминът постистина придобива важна роля в публичния дискурс, особено в контекста на медийната манипулация и политическата комуникация. Настоящият текст си поставя за цел да изследва лингвистичните, семантичните и идеологическите му пластове, за да покаже как постистината функционира като комуникационна стратегия в контекста на информационно пренасящане и криза на доверието в институциите. Прави се опит да се проследи как терминът се трансформира от епистемологичен маркер в средство за политическа борба, като чрез езика се създават нови комуникационни форми на въздействие, в които границата между факт и интерпретация, рационалност и емоционалност се размива. Анализът е насочен и към възникването на нови механизми за легитимация и промени в публичността, в основата на които стоят новите медии. Използван е мултидисциплинарен подход, който включва преглед и анализ на академична литература и медийни текстове, засягащи постистината, както и трансформациите в публичността в резултат от въздействието на социалните мрежи, за да бъдат осмислени езиковите промени и да се изведат работещи дефиниции.

Понятието постистина най-често се обвързва с термини като фалшиви новини, дезинформация, пропаганда, слухове, сензации. Наред с това насочва към специфична политическа реторика и действия, които се различават от познатите доскоро политически стратегии за привличане на избиратели. Понякога постистината се свързва с информационния хаос, породен от новите медии, при който бързината в разпространяването се оказва по-важна от качеството на информацията. В други случаи постистината се интерпретира като ситуация – социална или политическа, в която гражданите и политиците не зачитат истината, представяна от експертите. За постистинна характеристика се смята и водещата роля на алгоритмите в съвременната комуникация – днес машините и изкуственият интелект стават все по-важни агенти, които определят общуването.

Постистината може да се мисли като симптом за срив на общественото доверие и по-специално като криза на доверието в доскоро легитимните „разказвачи на истината“ – политици, медии, институции (Harsin 2018). Тази ерозия на доверието води до взрив на т.нар. популярна истина – мнения, основани на емоции и вяра в думите на тези личности, на които гражданите, по една или друга причина, симпатизират и искат да вярват.

Изследователите на културата и комуникацията понякога търсят произхода на постистината още в най-ранните форми на реторика, водещи началото си от Платон и Горгий. Въпреки това обаче постистината е по-скоро феномен на ХХІ век, който е тясно свързан с доминацията на новите медии и възникването на технологични ефекти като „вирусното“ разпространение на фалшиви новини, т.нар. филтриращи балони и ехо камери, с възникването на нови инструменти за проверката на фактите, с техниките за формиране и изразяване на доверие, с икономиката на вниманието в социалните мрежи. Понятието се използва често и в контекста на бурното развитие на новите технологии в съвременната епоха, най-вече с появата на изкуствения интелект, което се мисли като заплаха не само за комуникацията, но за самата човешкост (Tsenkov 2024).

Доста объркващо за разбирането на термина постистина въздейства частичката „пост“ – дали тя означава, че истината е мъртва, излязла от мода, непотребна, маловажна? Или обратно, върху откриването ѝ се струват все повече внимание и усилия? Наред с това терминът остава неясен и заблуждаващ, защото се отнася до две свързани, но все пак различни форми на истината – честност, от една страна, и фактичност и знания, от друга.

Още една група от въпроси засяга изобщо възможността да се говори за постистина, след като е повече от ясно, че не разполагаме с една-единствена истина.

Оксфордските речници определят думата постистина като ситуация, при която обективните факти са по-малко важни за оформяне на общественото мнение от позоваването на емоциите и субективните гледни точки (Oxford Dictionaries 2017).

За първи път терминът е използван в академичния и дискурс в началото на 1990-те, но употребата му се увеличава драстично между 2015 и 2016 г., като през 2016-а тя е обявена за „дума на годината“. Философският въпрос какво представлява истината в дигиталната ера, се преплита с проблемите на технологиите, изкуствения интелект и т.нар. платформена икономика.

Ситуацията на постистина се свързва не само с бума на дезинформация в контекста на новите медии, но и със специфичен политически стил на говорене и поведение, акцентиращ върху проявата на негативни емоции – гняв, обиди, страх, агресия. Това е политически стил, в който, както пише Дейвид Робъртс, публичната реторика няма нищо общо с действителната политика, а политическите аргументи не са базирани на факти (Roberts 2010). Робъртс описва политиката на постистината като заличаване на връзката между думите на политиците и техните реални действия. Така политиката на постистина маркира ситуация, в която думите са престанали да отправят към действителните намерения.

Нещо повече, днес се наблюдава преобръщане на ценностите: политическите лъжи, манипулиращи емоциите на гражданите, вече не се наказват, а се възнаграждат и тълкуват като признак за честността и смелостта на съответния политик. Политическият троллинг става легитимен политически лайфстайл, който печели все повече избиратели (Petrova 2023). Постистинната политика бележи прехода от политическа реторика, която търси консенсус (въпреки противоречията), към реторика, основана на провокация, която има за цел не просто да подкопае аргументите на опонента, но и да го делегитимира като емоционален и следователно ирационален. Под влиянието на новите медии се променя цялостната динамика на формиране на общественото мнение. Става дума за т.нар. политически трибализъм (Ganev 2024) – желанието да принадлежиш към „своето“ племе и да получиш неговото одобрение. В тези процеси на идентификация и утвърждаване по-голяма тежест имат емоционалните (а не рационалните) аргументи, предразсъдъците, стереотипите.

Джон Кийн анализира постистината като тип комуникация, акцентиращ върху речта на омразата, дезинформацията, грубия, всекидневен, заплашителен тон (Keen 2018). В тази линия на аргументацията постистината се мисли като общуване, което включва основно лъжи и страстно отричане на източниците, които ги разкриват. Политическите лъжи се комбинират с лоши маниери, груб език, разпространение на фалшиви новини и алтернативни факти, което представлява огромно изпитание пред базовите демократични норми. Постистинният стил на говорене и поведение измества и неутрализира търсенето на достоверността. Постистинната реч на практика няма информационна стойност – тя се състои от словесни отпадъци, клюки, скандали, сензации, които имат за цел да привличат към себе си общественото внимание и да го разсейват от важните теми – с безсмислици, вицове, самохвалства, преднамения преувеличения. Дискурсът на постистината е изобилие от всекидневна,

недозялана, агресивна реч – политиците вече не са благи и усмихнати, а заядливи, заплашителни, злорадстващи. Постистинният политически дискурс, както отбелязва Кийн, по същество представлява мълчание по ключови обществени въпроси (Keen 2018).

В ерата на постистината са различни стандартите за това какво е истинно. Истината става по-субективна и подвижна, често се определя от лично убеждение и емоционален резонанс, а не от обективни критерии. Тази промяна отчасти се дължи на същността на новите медии, където скоростта, възможността за споделяне и вирусното разпространение имат предимство пред достоверността и надеждността.

Емоциите, предварителните нагласи и стереотипите са от съществено значение в ситуацията на постистина. Докато традиционните философски теории за истината дават приоритет на разума и доказателствата като база за определяне на истината, ерата на постистината се фокусира върху чувствата. Посланията, които предизвикват силни емоционални реакции, най-често негативни – като страх, гняв или паника, е по-вероятно да бъдат споделени и обсъждани, независимо от фактическата им точност. По този начин се атрофират опитите за участие в рационални дебати и изграждане на консенсус, тъй като хората са по-склонни да отхвърлят факти, които се разминават с техните чувства или предразсъдъци.

Сред причините за появата на тази нова комуникативна ситуация най-често се изтъкват радикализацията и поляризацията на публичния дебат, доминирането на неетични фигури в политиката, превесът на социалните медии, както и хаосът, предизвикан от бурното развитие на дигиталните медийни технологии. Днес често под термина постистина се разбира социална и политическа ситуация, в която гражданите или публиките, както и политиците, вече не зачитат истината, а приемат за истина това, в което вярват или което отговаря на предварителните им нагласи и емоционалното им състояние. Тази ситуация отразява разпадането на социалното доверие в журналистиката и институциите, като цяло.

Джейсън Харсин (Harsin 2014) отбелязва, че днес режимите на истина, вградени в информационната икономика, съществуват в конфликт. В резултат от това се развиват „пазари на истина“ – от една страна, съществуват търсещи печалба информационни брокери, а от друга – агенти, които се занимават с проверка на фактите и развенчаване на слуховете. Именно в този контекст възниква режимът на постистината.

Постистината може да се интерпретира и като тип комуникация, базиран на измама – разпространение на дезинформация, фалшиви новини, слухове. Този вид комуникация, разбира се, не е нов – но в съвременната епоха придобива огромно по мащаб и светкавично бързо разпространение благодарение на интернет и социалните мрежи. Умисълът на подвеждащата информация

често е трудно да се докаже категорично. Погрешните твърдения може да са умишлени и стратегически или пък неволни, но мащабът на разпространението им генерира освен интерес от страна на аудиторията, също и отговор от страна на журналистите, както и нови форми на проверка на фактите.

Още една характеристика на постистината е селективното представяне на информацията, включително и посредством алгоритми, както и непрестанните спорове относно това какво е вярно, честно, точно.

Формите, които постистината приема, често не могат да бъдат ясно различени – в публичното пространство се смесват лъжи, фалшиви новини, пропаганда, слухове. Най-обобщено може да се отбележи, че постистината обединява две форми на комуникация: дезинформация и мисинформация. Редица медийни изследователи (напр. Stahl 2010) отбелязват, че разграничението между тях е по линията на намерението – дали заблудата е умишлена, или не. Мисинформацията е неволно разпространение на неточна или невярна информация. Дезинформацията, обратно, е съвсем умишлено разпространяване на невярна или неточна информация. Макар че намерението е различно, двата типа комуникация все пак са тясно свързани – дезинформаторите може да произвеждат мисинформатори.

Постистината – нова ситуация и по отношение на публичната сфера

Новите медии създават радикално нова комуникативна ситуация, напълно различна от епохата на масовите медии. Ако при традиционните медии (като вестници, радио, телевизия) информацията върви централизирано от медията към аудиторията, в ерата на социалните мрежи всеки потребител може да действа като медия. Така се променят процесите на формиране на общественото мнение: от една страна, гражданите, често аматьори, извършват дейностите по подбор, проверка и разпространяване на информацията; от друга страна, тази информация циркулира предимно в ехо камери и филтърни балони, в които потребителите нямат възможност (а и не желаят) да се сблъскват с позиции, различни от техните собствени. Промените в публичната сфера засягат производството, разпространението и потреблението на информацията, както и начина на формиране на общественото мнение. От разумни дебати, чиято цел е среща на противоположни позиции и победа на най-добрия аргумент, се преминава към размяна на информация, модерирана от алгоритми и базирана на принципа „още от същото“. Срещите с опоненти, когато не се избягват, имат за цел възпламеняване на емоции. Тролингът става водещ стил на комуникация и поведение.

Популизмът и постистинната политика по своята същност са противоположни на идеята за публична сфера, разработена от Юрген Хабермас – езикът им е емоционален, агонален, често пренебрегващ връзката между думи и действия. Някои изследователи използват термина постдемокрация, за да опишат настоящия политически ред в западните капиталистически държави,

при който демократичните институции все още съществуват, но истинските решения се вземат в тесни икономически и политически кръгове (Crouch 2004; Crouch 2019, p. 126). Други (Blumer, 2018) говорят за криза на гражданството, която се превръща в криза на публичната комуникация. Трети (Davies 2019, pp. 185 – 187) отбелязват, че днес обширните споделени, стабилни публични сфери са заменени от „дивия запад“ на нестабилност, фрагментация, поляризация. Разпадането на публичните сфери води до нови граждански, медийни и политически отношения. В този смисъл актуални днес думи като постистина, постдемокрация, постпубличност маркират не толкова нов политически и комуникационен ред, колкото състояние на дълбока несигурност, за което не е ясно колко дълго ще продължи.

Известно е, че появата на всяка нова технология води до криза в публичността. Въпросът днес обаче е дали социалните мрежи представляват просто поредната криза в разпространението на информацията, предизвикана от новите технологии. Ситуацията е подвеждаща, защото, на пръв поглед, интернет отговаря напълно на основните изисквания за демократичност – широк достъп до информация, свобода на изразяване, непринудена комуникация, генериране на обществено мнение чрез дискусии. Основният проблем е, че голямата стратегическа цел на интернет е да накара да изглежда като публична сфера това, което е материална основа на глобалната икономика. В този смисъл, ако мислим новите медии като продължение, макар и несъвършено, на публичността, вероятно ще постигнем единствено изостряне на проблемите. Така ключов въпрос става дали изобщо е възможно да се описват новите медии като публична сфера в ерата на дигитална пропаганда и информационна война.

Възможна посока на интерпретация и анализ е вместо да се представя като нов феномен, постистината да се изследва като пореден етап от борбите за истината в политиката и културата. Исторически истината винаги е била формирана от властови структури – институции, медии и т.н. Постистината отразява кризата на доверието, а не на самата истина. В тази линия на аргументация нарастването на количеството и формите на дезинформацията не означава непременно отхвърляне на истината, а знак, че в съвременната медийна култура гражданите не вярват на основните институции – изглежда, че вече няма легитимни, общоприети източници на истината.

Ситуацията на постистина не се отнася само до лъжи, дезинформации и манипулации – тя представлява по-дълбок проблем – липсата на общо споделен консенсус за това какво е истина. Терминът може да се разглежда като концептуален инструмент за разбиране на съвременните политически, културни, технологични промени – като ключ да разберем как истината се обезценява в контекста на новите медии.

Днес, за разлика от пропагандните техники в ерата на традиционните медии, политиките разчитат не на изграждане на конкурираща се идеологиче-

ска истина, а на отхвърлянето на експертния консенсус. Постистината е нещо повече от измама – този тип комуникация може да функционира като политическа стратегия, която делегитимира необходимостта от фактологична последователност. Постистината не е само липса, загуба, обезценяване на истината, но и поява на нови форми на убеждаване и контрол – вирусна дезинформация, троллинг, мемета и т.н. Тя може да се разглежда като част от по-широка историческа тенденция, в която пропагандата и дезинформацията винаги са съществували, но днес се засилват и функционират по нов начин благодарение на новите медии. Днес можем да наблюдаваме разпада на истината в различни форми – deep fake, новини, генерирани от изкуствен интелект (Vesselinov 2025), алгоритмични манипулации – всички те сигнализират за намаляващо доверие, което е различно от политическите лъжи в миналото.

Ако традиционната медийна пропаганда разчита на централизиран контрол над информацията и масова аудитория, в епохата на новите медии пропагандата е децентрализирана, включваща всички потребители, емоционална, алгоритмична.

Социалните мрежи създават коренно нова ситуация: днес всеки може да е медия – и така генерираното от потребители съдържание се превръща в основен канал за пропаганда. В резултат на това публиките, които са едновременно и медии, стават, съзнателно или не, активни агенти в разпространението на пропагандни послания. Същевременно трябва да се вземе предвид и функцията на алгоритмите – личните данни в социалните мрежи се използват за микроцелеви пропаганди, за създаване на ехо камери, чрез които се укрепват и подсилват стереотипите и предразсъдъците.

Популярността и влиянието на новите медии води до трансформация в начина, по който информацията, идеологията и властта функционират в съвременното общество. Ако традиционната пропаганда иска да убеждава, съвременната се стреми да обърква. Ако в ерата на масовите медии пропагандата се опитва да формира убеждения чрез идеологически послания, постистинната пропаганда наводнява информационното пространство с противоречиви, сензационни, плашещи твърдения – и така внася объркване и парализира способността за критическо мислене. Този вид съвременна постистинна пропаганда няма за цел за създаде доверие, а да подкопае доверието в истината, в експертите или в институциите. Тя се насочва към науката, журналистиката, образованието и се опитва да ги делегитимира, да ги представи за пристрастни или елитарни. Ликвидирана е всякаква възможност за консенсус – той е заменен от фрагментирани вярвания и твърдения. Постистинната пропаганда използва емоциите, а не логиката – емоции като страх, недоволство, възмущение, носталгия служат за спойка в различни общности. Днес масовата аудитория от времето на традиционната пропаганда е заменена от нишови, фрагментирани публики, насочвани с помощта на алгоритми. Подобно микротаргетиране позволява пропаганда-

та да действа на много нива, да бъде съобразена със спецификите на различни групи. Същевременно по този начин се ликвидира и възможността за споделена публична сфера. В този смисъл постистинната пропаганда не се опитва да разказва един-единствен разказ, а е насочена към разцепване на реалността на безброй парчета, към ерозиране на доверието, към мобилизиране на емоциите и приоритизирането им пред рационалното мислене и доказателствата, към създаване на идентичности на основата на споделени негативни емоции. Така може да се окаже, че най-опасните форми на пропаганда не представляват просто фалшива информация – те може дори да са истина, обезсмислена чрез изопачаване, пренасяне, всяване на съмнение.

Понятието постистина се утвърждава като ключов симптом на съвременната културна и медийна трансформация, в която границите между знание, възприятие и идеология се размиват. Езикът на постистината изпълнява не само описателна, но и нормативна функция – той оформя реалности, мобилизира емоции и участва в конструирането на културни и политически идентичности. В този план постистината следва да се мисли не просто като криза на истината, а като модификация на самите условия, в които истината бива интерпретирана и възприемана.

ЛИТЕРАТУРА

- ВЕСЕЛИНОВ., Д., 2025. Лингводидактология и изкуствен интелект. *Чуждоезиково обучение*, Т. 52, № 1, с. 7 – 9.
- ГАНЕВ, Д., 2024. *Българската политическа почва – пластове на националната политическа култура*. София: Сиела.
- ПЕТРОВА, С., 2023. Анатомия на трола. *Критика и хуманизъм*, Т. 58, с. 97 – 107.
- ЦЕНКОВ, Н., 2024. Между Омир и ChatGPT. *Чуждоезиково обучение*, Т. 51, № 2, с. 206 – 221. <https://doi.org/10.53656/for2024-02-09>.

REFERENCES

- BLUMLER, J., 2018. The Crisis of Public Communication 1995 – 2017. *Javnost – The Public*, vol. 25, no. 1 – 2, pp. 83 – 92.
- CROUCH, C., 2004. *Post-Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- CROUCH, C., 2019. Post-Democracy and Populism. *The Political Quarterly*, vol. 90, no. 1, pp. 124 – 137.
- DAVIES, W., 2021. Anti-Equivalence: Pragmatics of Post-Liberal Dispute. *European Journal of Social Theory*, vol. 24, no. 1, pp. 44 – 64. doi: 10.1177/1368431020945841
- ГАНЕВ, Д., 2023. *Balgarskata politicheska pochva – Plastove na natsionalnata politicheska kultura*. Sofia: Siela. [In Bulgarian]

- HARSIN, J., 2014. Public Argument in the New Media Ecology: Implications of temporality, spatiality, and cognition. *JAIC Journal of Argumentation in Context*, vol. 3, no. 1, pp. 7 – 34.
- HARSIN, J., 2018. Post-truth Populism: The French Anti-gender Theory Movement. *Communication Culture & Critique*, vol. 11, no. 1, pp. 35 – 52.
- KEAN, J. 2018. *Post-truth Politics and Why the Antidote isn't Simply "Fact-checking and Truth"*. Updated 20 September 2019. Available at <https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364>
- KOEKOEK, C., 2017. *Power Beyond Truth: The Implications of Post-Truth Politics for Habermas. Theory of Communicative Action*. Updated 10 August 2019. Available at <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/57102/Thesis%20Catherine%20Koekoek.pdf>
- OXFORD DICTIONARIES, 2017. *Word of the Year 2016 is....* Oxford University Press. Available at: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- PETROVA, S., 2023. Anatomia na trola. *Kritika i humanizam*, vol. 58, pp. 97 – 107. [In Bulgarian]
- ROBERTS, D., 2010. Post-Truth Politics. Updated 15 June 2019. Available at <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truthpolitics/>
- STAHL, R., 2010. *Militainment, Inc.: War, media, and popular culture*. New York, NY: Stanford University.
- TSENKOV, N., 2024. Mezhdurazm i ChatGPT. *Chuzhdoezikovo Obuchenie – Foreign Language Teaching*, vol. 51, no. 2, pp. 206 – 221. [In Bulgarian]
- VESSELINOV, D., 2025. Lingvovoditologia i izkustven intelekt. *Chuzhdoezikovo obuchenie / Chuzhdoezikovo Obuchenie – Foreign Language Teaching*, vol. 52, no. 1, pp. 7 – 9. [In Bulgarian]

POST-TRUTH AS A LINGUISTIC AND CULTURAL PHENOMENON

Abstract. The paper discusses the concept of post-truth as a cultural and linguistic phenomenon that has gained popularity in the last decade. It analyses its semantic and ideological implications in media and political discourse. The article focuses on the ways in which post-truth serves not only to describe an era in which facts are losing their importance at the expense of a preference for emotion in the formation of public opinion, but also as a rhetorical tool in struggles for power and legitimacy. Attention is drawn to the need for a critical approach to language in the face of disinformation and information overload in an era of social media dominance.

Keywords: post-truth; social media; new media; post-truth politics; discourse; linguodectology

✉ **Dr. Silvia Petrova, Chief Assist. Prof.**

ORCID iD: 0000-0003-4809-4061

South-West University "Neofit Rilski"

66, Ivan Mihaylov St.

2700 Blagoevgrad, Bulgaria

E-mail: silvia.petrova@swu.bg