

УДК [32.019.5:321.01]:316.32

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.58.11>

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОПУЛІЗМ ЯК ВИКЛИК ВІДКРИТОГО СУСПІЛЬСТВА

Надія Козаченко, Микола Брюховецький

*Криворізький державний педагогічний університет,
кафедра філософії,*

проспект Університетський, 54, 50086, м. Кривий Ріг, Україна

Автори досліджують вплив інформаційного популізму на ідеї відкритого суспільства, запропоновані Карлом Поппером. Відкрите суспільство характеризується свободою вибору, критичним мисленням та можливістю для людей самостійно визначати своє життя. Однак сучасні тенденції, такі як популізм, маніпуляція громадською думкою через соціальні медіа та інформаційний шум, ставлять під загрозу ці ідеали.

Популізм розглядається в статті як головний ворог відкритого суспільства, вплив якого зростає в контексті цифрової доби. Популістські партії, які набирають силу в Європі та інших регіонах, використовують спрощені рішення та емоційно заряджені гасла, щоб залучити виборців, ігноруючи при цьому складність соціальних та економічних проблем. Цифровий популізм, що виник на основі інформаційних технологій, дозволяє популістам безпосередньо взаємодіяти з громадськістю, обходячи традиційні медіа та створюючи «ехо-камери», які посилюють поляризацію суспільства.

У якості прикладів засобів цифрового популізму автори розглядають інформаційний шум, фейкові новини та ботів, які сприяють дезінформації та підривають довіру до інституцій. Автори наголошують, що інформаційний популізм та пов'язані з ним явища не лише підривають авторитет знань і експертності, але й загрожують демократичним інститутам. Вони ставлять під сумнів можливість проведення чесних виборів у сучасних умовах, коли інформаційне втручання може формувати переконання виборців на користь певних політичних сил.

У висновках автори зазначають, що, незважаючи на виклики, інформаційний популізм може стати стимулом для розвитку критичного мислення, фактчекінгу та громадянської активності. Відкрите суспільство, за Поппером, не є статичним ідеалом, а постійним процесом, який вимагає боротьби з новими загрозами. Таким чином, сучасне суспільство має пройти випробування інформаційною епохою, зберігаючи при цьому принципи відкритості, толерантності та критичного мислення.

Ключові слова: відкрите суспільство, інформаційне суспільство, інформаційний популізм, цифровий популізм, критичне мислення, інформаційний шум, фейкові новини, легітимність, виборність.

Вступ. Для К. Поппера відкритим вбачалося суспільство, у якому люди мали свободу вибирати, яким життям вони хочуть жити, і як вони хочуть його жити. Суспільство визначалося відкритим у тому сенсі, що майбутні можливості людини не були визначені лише через її соціальне становище та соціальні практики, які тримали кожну людину на своєму місці. Більш того, відкрите суспільство – це суспільство, в якому люди стикаються з особистими рішеннями, які передбачають свідомий і значущий вибір життєвої траєкторії та того, ким людина хоче бути [1, с. 4, 5].

Відкритість, свобода та невизначеність майбутнього, що дозволяє людям писати історії свого життя, лежить в основі концепції К. Поппера про відкрите суспільство. У відкритому суспільстві люди до певної міри навчилися критично сприймати табу і ґрунтувати свої рішення, спираючись на авторитет власного інтелекту та результати обговорення. Життя у відкритому суспільстві вимагає від людей певних зусиль: намагання бути раціональними, відмови від деяких емоційних соціальних потреб, контроль за собою та прийняття відповідальності [2, с. 199, 227].

Віра в розум робить відкрите суспільство чутливим і сприятливим до різних культурних ідентичностей; вона передбачає, що відкриті дебати, під час яких протиріччя обговорюються та поступово згладжуються, зміцнюють логічну зв'язність суспільства. Сталість культур та різних традицій сприяє цьому процесу, оскільки різні точки зору підживлюють дебати [3, с. 538]. Але виглядає так, що сучасне суспільство сьогодні рухається у напрямку відмежування та інкапсуляції, неусвідомленого та емоційного сприйняття, відмови від обговорення та зневаги до інтелектуалізму. Суспільство загального добробуту, намагаючись бути відкритим, виявляється надто сприйнятливим до специфіки інформаційного суспільства, на тлі якого набирає обертів популізм, сприяючи підризу авторитету раціональності, експертності та знання в цілому.

Карл Поппер писав свої роботи на тлі Другої світової війни й доповнював їх у розпал Холодної війни, чітко для себе визначаючи те, проти чого він виступав. Чи міг він передбачити ті виклики, які поставить перед відкритим суспільством інформаційне суспільство? Так, звичайно, оскільки в тих маніпуляціях, яким підлягає демократія в інформаційному суспільстві, по суті немає нічого нового. Популізм, й разом з ним пропаганда, підтасовка, корупція, маніпулювання громадською думкою тощо – це дуже давні винаходи. Але чи міг Поппер передбачити такий глобальний масштаб, складність і навіть витонченість, яких зможуть надати популізму засоби інформаційного суспільства?

Наскільки сьогодні можна говорити про те, що інформаційно заангажований громадянин може приймати зважене рішення, керуючись власними цінностями і аргументами? Наскільки засобами соціальних медіа можлива прозора, чесна, вільна дискусія, критична оцінка, толерантність, неупередженість? Наскільки популізм здатний втілювати поетапну інженерію? Чи взагалі затребувані ці параметри відкритого суспільства у сучасності? Відтак, стикаючись з викликами інформаційного суспільства, ми змушені переглянути контекст попперівських настанов з тим, щоб визначити, чи не зросло інформаційне суспільство серйозних ворогів своїй відкритості.

Популізм як ворог відкритого суспільства. Головна відмінність між часом Поппера та сучасністю полягає в тому, що в той час, як Поппер був стурбований підризом знань тоталітарними урядами, зараз ми бачимо підризу знань популістськими урядами всіх ідеологічних штибів [4, с. 7]. Протягом останніх років популістські партії значно зміцніли в Європі. Вони визначаються своєю опозицією до імміграції та турботою про захист національної культури, критикують глобалізацію та вплив міжнародного капіталізму на права працівників, що поєднується з риторикою «антиістеблішменту» та чіткого протиставлення між «народом» та «елітою». Центральним елементом є теза про «нас» – звичайних громадян, які, за твердженням популістів, не мають повного доступу до благ суспільства та економіки. Протилежною стороною виступають «вони» – ті, хто контролює владні інститути та привласнює ресурси держави. Популістська риторика часто зводиться до обіцянки радикального поліпшення ситуації за умови усунення істеблішменту та передачі влади «людям з народу». Такий підхід базується на уявленні, що всі соціальні й економічні проблеми спричинені діями правлячих еліт.

Популісти зазвичай уникають детального пояснення складних процесів, необхідних для досягнення покращення якості життя. Вони ігнорують значну кількість чинників, що впливають на успішність реформ, розвиток економіки чи ефективність міграційної політики. Натомість пропонують спрощені рішення, обіцяючи швидке звільнення суспільства від труднощів. Їхня риторика зосереджена на тому, що до їхньої появи суспільство переживало лише занепад, а завдяки простим діям саме вони здатні змінити ситуацію на краще. Такий підхід формує міф, про те, як одним рішенням можна розв'язати всі проблеми

держави та досягти загального процвітання. Вочевидь, популістичний підхід суперечить методу розвитку відкритого суспільства – поетапній соціальній інженерії, натомість пропонуючи глобальні і кардинальні «прості рішення». Популістичні гасла загалом суттєво суперечать ідеям відкритого суспільства, таким як різноманітність, толерантність, прозорість та інституційність, тим не менш, популістичні партії вже в 2010-х роках мали значну політичну вагу в парламентах Австрії, Болгарії, Данії, Угорщини, Нідерландів, Швеції, Латвії, Словаччини, а також у Європейському парламенті. У деяких країнах вони є другою або третьою за величиною партією і розглядаються як необхідні члени багатьох консервативних коаліційних урядів (див. соціологічне дослідження 2011 р.: [4, с. 15]).

Цифровий або інформаційний популізм. Ми будемо говорити про так званий цифровий або інформаційний популізм як про той різновид популізму, який виріс на основі діджиталізації та інформатизації всіх сфер суспільства. В українському дискурсі поширена назва «інформаційне суспільство» (див. напр.: [5]), тому, відповідно, має бути й назва – «інформаційний популізм», але традиційно англомовні дослідники для подібних явищ використовують термін «цифровий». Відтак, в даному дослідженні ми будемо вважати ці терміни синонімічними, що є простим наслідком різноманітних традицій вживання.

Цифровий популізм визначено Йонгмі Кімом у його статті 2008 року [6] як новий тип політичної поведінки, що позначається політичним використанням Інтернету як форми політичної участі. На його думку, коли популістська діяльність відбувається у високорозвиненому середовищі інформаційних технологій, популізм набуває ролі критичного інструменту, який може полегшити вербування односторонців і дасть змогу їх простіше мобілізувати, а також зможе ще більше посилити соціальний антагонізм і риторику полювання на відьом. Кім стверджує, що популізм у взаємодії з цифровими технологіями породжує три основні ефекти, які є політично значущими. (1) Для політиків або активістів використання Інтернету як політичного інструменту забезпечує недорогий (або навіть безкоштовний) доступ до великої кількості потенційних прихильників та виборців. (2) Безпосередній характер онлайн-засобів може спонукати людей вільно та швидко реагувати на подію або робити коментарі, не зупиняючись на роздуми або, що більш важливо, не зупиняючись на отримання додаткової інформації чи повторну перевірку наданої інформації. (3) Відсутність посередництва в донесенні інформації уможливорює вербальне насильство та полювання на відьом: коли користувачі мережі визначають ціль, можна розпочати справжню онлайн-війну проти ворога. Користувачі Інтернету можуть ховатися за псевдонімами та прихованими особами, що робить ці атаки здебільшого непідсанкційними [6].

Інтернет і соціальні мережі знижують бар'єр для входу в публічний простір, дозволяючи популістам безпосередньо комунікувати з виборцями, оминаючи традиційні медіа, які мають, принаймні, формальний механізм допуску матеріалу, його редагування та рецензування. В мережі прості популістичні ідеї швидко перетворюються на вірусні, пропонуючи емоційно заряджені, прості меседжі, які швидко поширюються завдяки алгоритмам платформ.

Отримуючи доступ до інформаційних засобів впливу,кладаючи величезні гроші в розробку способів збору та аналізу інформації, популісти фактично купують собі вплив на громадськість. Таргетування інформаційних потоків, визначення вподобань та настроїв за зібраними даними дає змогу створювати лідерів суспільної думки суто механічно, формулюючи лозунги, які найкраще відповідають запитам кожної групи. «Популізм за рахунок мас-медійних технологій набуває якості віртуальних політичних дій, бо повідомлення у мас-медіа і соціальних мережах стають заміниками конкретних політичних дій і рішень» [7, с. 67].

Розвиток соціальних мереж створив новий спосіб демонстрації відданості людині, організації чи ідеї. Люди можуть висловити підтримку або стати «учасником» будь-якої з тисяч груп одним натиском миші [4, с. 33]. Так, наприклад членство у відповідних партійних групах Facebook значно перевищує офіційне членство: Австрійська партія свободи, заявляє про приблизно 40 000 офіційних членів, але має вдвічі більше шанувальників у Facebook, Британська національна партія має трохи менше 15 000 офіційних членів і понад 80 000 шанувальників у Facebook ([4, с. 33], дані 2011 р.). Подібна підписка одразу запускає алгоритм створення ехо-камери або інформаційної бульбашки, підкидаючи користувачу новини, подібні до тих, на які він підписався і тим самим створює враження того, що він є членом масового руху, формуючи переконання, що він рухається у вірному напрямку, адже більшість людей думають так само.

Можливості розвиненого інформаційного суспільства стали основною передумовою для цифрового популізму, оскільки він передусім ґрунтується на виробництві інформації як масового товару. Але йдеться не тільки про масовість, але й про персоналізованість та таргетованість. Інформаційна бульбашка гарантує, що користувач отримає саме ті новини, які йому цікаві, або, з точки зору замовника, «потрібні».

Розвинуте індустріальне суспільство пройшло такий самий шлях від конвеєрного виробництва стандартизованих товарів до масового виробництва персоналізованих товарів з унікальними характеристиками. Е. Тоффлер в роботі «Шок майбутнього» вказував, що можливості матеріального виробництва зросли настільки, що замість виготовленої за одним зразком продукції, можна забезпечити небачену раніше різноманітність персоналізованих товарів та послуг [8, с. 265]. Ці ж процеси описує американський економіст Б. Дж. Пайн, називаючи зміну парадигми фордівського масового виробництва орієнтованою на індивідуальні бажання та потреби клієнтів «масовою кастомізацією» [9, с. 44]. Так, можна купити автомобіль за персональним замовленням, замовити ремонт «під себе» тощо.

На достатньо високому рівні розвитку інформаційного виробництва йдеться про аналогічні зміни, але на рівні кастомізації інформації під користувача за рахунок технологій таргетингу та персоналізації. Яскравим прикладом є засоби масової інформації, які змінилися від власне масових до персональних: тобто, замість однакових газет чи програм телепередач, користувач отримує персоналізовану стрічку текстових новин або відео чи власний підбір новин у месенджерах.

Одним із засобів таких змін у виробництві інформації є нейромережі та платформи штучного інтелекту, які на думку авторів мають дуже широкі (або й необмежені) можливості обробки величезної кількості даних, а отже, здійснення таргетингу та персоналізації. Використання ШІ підвищує масовість та кастомізацію інформації і активно сприяє інформаційному популізму.

Таким чином, засоби інформаційного суспільства виводять популізм в перші ряди: він постає як повсюдне і всепроникне явище, перетворюючись за своєю формою на інформаційний або цифровий популізм. «На зміну традиційному популізму приходять новий популізм, основою якого є активне використання потужних цифрових технологій, через які транслюється зневага до держави та заперечення наявності по-справжньому серйозних проблем при підміні їх менш важливими, але більш хайповими» [7, с. 70]. Суспільна активність перетворюється на шоу, розвагу і порожню балаканину. Рішення, які люди вважають обґрунтованими, переважно не містять в своїй основі нічого, окрім повторюваних меседжів емоційного характеру.

Цифровий популізм набирає обертів, замінюючи свідоме виважене рішення емоційною реакцією. По суті, в інформаційному суспільстві ворогами відкритого суспільства

постають ті самі явища, що і завжди: ті що руйнують критичне мислення, вбивають громадянську активність, підтримують зневіру у свою суспільну роль, унеможливають суспільний діалог. Але засоби їх втілення набувають досить примітної конкретизації у нових формах, деякі з них ми розглянемо.

Інформаційний шум. По суті ми живемо у світі info-noise, що знаходиться в сірій зоні між інформацією та дезінформацією. Технічно, інформаційний шум – це несуттєва або нерелевантна інформація, яка супроводжує чи заміщує основне повідомлення. Інформаційний шум не завжди є спрямованою акцією, але може нею бути. Найчастіше ми навіть не розуміємо, наскільки інформаційний шум знижує нашу суспільну активність.

До проявів інформаційного шуму зазвичай відносять спам і рекламу. Це повідомлення, які ми не планували отримати, але вони забирають наш час і увагу. Але інфошумом є також наші свідомі підписки на різні інформаційні канали. Також до інформаційного шуму варто також віднести різноманітні телешоу, що не несуть ніякої пізнавальної цінності, а забирають увагу і час.

Величезну частину інфошуму становлять нісенітниці, повідомлення, які взагалі не містять ніякого сенсу, але тим не менш, впливають на інформаційний простір і формують певні переконання. (Згадаймо трампівських котиків і собачок). На думку Г. Франкфурта, нісенітниці – це висловлювання, метою яких є переконання без огляду на істину. Відсутність уваги до істини відрізняє того, хто говорить нісенітницю, від брехуна: прихильники нісенітниць радикальніші. Брехуни знають істину та враховують її, саме тому вони намагаються приховати свою брехню, натомість тим, хто верзе нісенітницю, байдуже, правду вони кажуть чи ні, оскільки вони зосереджені лише на переконливості [10].

Інформаційний шум та нісенітниці не підлягають фальсифікації, але постійно підтверджуються ботами. Якщо порівняти з попперівською прожекторною теорією, то інфошум створює непролазний туман, який просто не дає змоги здійснити кристалізацію певної точки зору, оскільки не дозволяє виокремити нічого, вартого називатися точкою зору. В океані інформаційного шуму неможлива дискусія чи вільне обговорення, оскільки немає чого обговорювати по суті, залишається лише сперечатися про смаки. На цьому тлі можна говорити про крах критичної дискусії і фальсифікації: якщо не можна виокремити критерії оцінки (істини, блага, краси, добробуту, чесності тощо) і відсутні об'єкти, які їм підлягають (все – це просто слова), ці процеси оцінки просто не мають сенсу, а відтак замінюються довільними висловлюваннями та інтерпретаціями. Світ знову виявляється наповненим підтвердженнями.

Іноді інформаційний шум виступає складовою інформаційних технологій, мета яких навмисно перевантажити реципієнта неважливими або зайвими даними, щоб відволікти увагу від важливої інформації, сприйняття і поширення якої може бути небажаним, або навпаки, сформуванню уявлення про важливість і необхідність поширення потрібної замовнику інформації – розкачування, формування суспільної думки. Контент свідомо створюють для впливу на суспільні процеси чи їх сприйняття. Потужний потік історій навколо малозначущих або незначних заяв політиків та офіційних осіб, щодо їхнього буденного життя паралізує розуміння загальної картини і ніяк не може бути проаналізований. Такі історії легко поширювати без жодної перевірки фактів: немає потреби з'ясовувати, чи дійсно відбулася певна подія, адже йдеться лише про висловлювання. При цьому першоджерела зазвичай зацікавлені в тому, щоб їх частіше згадували в новинному потоці. Популярність інфошуму як способу блокування громадської активності привело до виникнення цілого прошарку його продуцентів – псевдожурналістики, якість матеріалів якої вимірюється їхньою вірусністю. Соціальні медіа домінують у громадській думці та працюють

як ехокамери, які лише підтверджують похибки та упередження. Відсутність принципової дискусії посилює проблему. Політично мотивована дезінформація використовує громадський гнів і розчарування. Це імітує професійну журналістику та витісняє об'єктивний, збалансований репортаж. Відсутність достовірної інформації, плідного, відкритого діалогу гальмується, а отже, крихкість демократичних режимів, яку діагностував Поппер, знову стає очевидним [11, с. 36].

Фейки. Фейковими новинами зазвичай називають історії, які імітують звичайні новини, але при цьому хибно описують певні ситуації в реальному світі. Яка мета фейкової новини? Здається, все досить просто: увести в оману принаймні частину аудиторії і розповсюдитися. Фейк завжди актуальний, сучасний і стосується реального світу, часто він шокує, викликає сильні почуття (неважливо — позитивні чи негативні) і за рахунок цього широко ретранслюється. Свідоме продукування фейків, якісного хибного контенту, його масове поширення — це сьогодні ціла індустрія і було б наївно вважати, що вона працює на самозадоволення [12, с. 257].

Фейкові новини створюються як інструмент маніпуляції для поступового досягнення певного соціального чи політичного ефекту. Їхня мета полягає у формуванні заданого ставлення до конкретних явищ, соціальних чи етнічних груп, а також у впливі на поведінку аудиторії. Цей вплив, зазвичай, реалізується поступово, через багаторазове повторення маніпулятивних наративів. Найбільшу небезпеку фейкові новини становлять через їхній накопичувальний ефект. Часте поширення недостовірної інформації сприяє закріпленню хибних уявлень у суспільній свідомості, а такий процес може мати довготривалий і важко контрольований вплив. Ключові загрози, пов'язані з фейками, включають спотворення реальності, оскільки вони змінюють уявлення громадян про дійсність, підриваючи об'єктивне сприйняття фактів і подій, та підрив довіри до медіа, бо масове поширення недостовірної інформації ставить під сумнів достовірність навіть перевірених джерел, сприяючи загальному зниженню рівня довіри до засобів масової інформації. У сучасному цифровому середовищі поширення фейків зростає завдяки алгоритмам соціальних мереж, які підсилюють резонанс маніпулятивного контенту, роблячи його доступним для широкої аудиторії.

Боти. У 2021 році мережа Фейсбук заблокувала і видалила 1 300 000 000 фейкових акаунтів: це при тому, що наразі мережа має близько 3 000 000 000 активних користувачів. Інстаграм виявив 95 000 000 ботів, Твіттер — 20 000 000, при загальній кількості 1 200 000 000 активних користувачів та 1 300 000 000 відповідно [13].

Ботоферми активно сприяють поширенню фейкових новин та дезінформації. Це може створювати хаос, спричиняти плутанину і навіть викликати паніку в суспільстві. Така ситуація не лише ускладнює доступ до правдивих фактів, а й підриває довіру до медіа, офіційних джерел та державних інституцій. У результаті суспільство втрачає впевненість у здатності отримувати достовірну інформацію, що є ключовою умовою для формування свідомої громадської думки. Діяльність ботоферм також становить серйозну загрозу для приватності громадян, оскільки вони часто використовуються для масового збору персональних даних, що порушує безпеку та конфіденційність особистої інформації, а після обробки використовується для персоніфікації інформації та її таргетування.

Ботоферми є інструментом маніпуляції громадською думкою: їх використовують для впливу на соціальні настрої, підбурення до розколів у суспільстві, а також для втручання у виборчі процеси. Це загрожує спотворенням демократичних принципів, підриває довіру до політичних інститутів і ставить під сумнів легітимність обраної влади.

В якості прикладів наступу інформаційного популізму на інститути відкритого

суспільства та відповідних реакцій самозахисту демократичної держави проти такого наступу – можемо розглянути два приклади нещодавніх політичних подій, які можуть вважатися показовими.

Кейс Джорджеску. В грудні 2024 року спалахнув скандал, спричинений неправомірним використанням соціальної мережі для схилення виборців на свою сторону одним з кандидатів в Румунії. «Відповідно до розсекреченого документа Румунської розвідувальної служби (SRI), виборча кампанія Джорджеску вибухнула на платформі TikTok лише за два тижні до виборів 24 листопада. Близько 25 000 облікових записів були безпосередньо пов'язані з кампанією Джорджеску. Близько 800 із цих облікових записів існували з 2016 року – року запуску TikTok – але майже не були активними до листопаду цього року. ... SRI також оцінила, що за цією кампанією стоїть дуже хороша компанія цифрового маркетингу і що її учасники вмело обходили правила TikTok» [14]. Іноземне втручання у виборчий процес через таргетування інформації дало змогу вчорашньому фактичному аутсайдеру президентських перегонів ультраправому та проросійському кандидату Келіну Джорджеску менше ніж за два тижні перетворитися на лідера та головного претендента на перемогу.

Це не перша констатація втручання у виборчий процес через інтернет медіа. Але це перший кейс, коли результати найбільш демократичного процесу в державі було скасовано судом як однією з гілок влади цієї самої держави. Автори вважають це яскравим прикладом самозахисту інституцій відкритого суспільства, який, тим не менш, вочевидь, матиме наслідки для всієї демократії та викличе питання довіри до її механізмів. Дійсно, не можна залишити осторонь факт вільного волевиявлення виборців. Чи в інформаційну добу таке волевиявлення має підлягати перевірці на усвідомленість? Чи можливі в принципі механізми такої перевірки?

Подібні втручання в демократичні процедури відкритого суспільства набирають все більших обертів. Незважаючи на правила і обмеження соцмереж, які начебто мають забезпечувати поінформованість щодо замовників контенту, інфлюенсери та боти постійно вчать їх обходити. Так, однією з основних проблем виборів в Румунії стало те, що соцмережа Тікток не маркувала політичну агітацію як таку, а натомість поширювала її як розважальний контент.

Кейс Дурова. Іншим яскравим прикладом опору демократії проти необмеженого втручання в свої інститути може бути кейс з арештом французькою поліцією засновника і керівника месенджера Telegram Павла Дурова. За повідомленням служби ВВС головною підставою арешту було обвинувачення Дурова у відмові співпрацювати з владою Франції з питання розкриття інформації щодо акаунтів та спільнот месенджера, причетних до поширення наркотиків, дитячої порнографії та інших злочинів [15].

Звісно, коріння проблеми сягає глибше. На наш погляд, йдеться про загальну проблему існування анонімних профілів та спільнот, які можуть бути безпрецедентними агентами суспільного впливу чи незаконної діяльності саме внаслідок своєї анонімності та, відповідно, повної відсутності відповідальності за будь-яку, в тому числі і небезпечну, злочинну та маніпулятивну інформацію. Непідконтрольний та необмежений вплив подібного характеру став можливий тільки на такому достатньо високому рівні розвитку цифрових та комунікаційних технологій, які можуть існувати в інформаційному суспільстві. Кейс Дурова, на думку авторів, не є наступом на свободу слова, а самозахистом відкритого суспільства, а саме намаганням обмежити негативне втручання неідентифікованих, а тому непідсанкційних і безвідповідальних інформаційних засобів, у функціонування правопорядку та демократичних інститутів.

Інформаційний популізм та інститут виборності. К. Поппер говорить про два типи уряду. До першого типу він відносить демократичні уряди, які можна змінити без кровопролиття шляхом загальних виборів. Тобто, суспільні інститути забезпечують засоби, за допомогою яких підвладні можуть змістити свого правителя, а суспільні традиції гарантують, що ці інстанції не будуть зруйновані тими, хто перебуває при владі [2, с. 144]. До другого типу урядів Поппер відносить тиранічні або диктаторські, від яких підвладні не можуть позбавитися ніяк інакше, аніж шляхом успішного перевороту, тобто практично ніколи [2, с. 144]. Сучасні уряди позиціонують себе як демократичні і такі, що мають установлені процедури переобрання, які регулярно задіюються.

Звичайно, порушення і неправомірна агітація мали місце практично завжди. Тим не менш, специфіка інформаційного суспільства виводить ці порушення на такий масштаб, який унеможливорює верифікацію виборності як чесної усвідомленої процедури. Іншими словами – поняття чесних виборів просто втрачає сенс. Якщо раніше одним зі способів фальсифікувати вибори була підробка результатів на етапі підрахунку, то наразі можна так не ризикувати і проводити вибори цілком чесно – адже виборці проголосують так як треба. Різниця кардинальна: підкуп чи фальсифікація не дають того результату, який дає інформаційне втручання, результатом якого є формування потрібного переконання. Якщо більшість громадян переконані у обґрунтованості, легітимності та спроможності свого уряду чи президента, навіть якщо це не так, – реальна ситуація не вплине на їхню думку, але навпаки, буде відзеркалена в медіа на підтвердження цих переконань.

Висновки. Ми далекі від думки, що Поппер вважав настання відкритого суспільства остаточною і кінцевим етапом формування людського соціуму. Остаточність і визначеність – це якраз ті характеристики, які він вважав вкрай небезпечними. Він зазначає: «той, хто поділяє викладений тут принцип демократії, не повинен розглядати наслідки демократичного волевияву як авторитарний вираз правильності. Хоча він і скориться рішенням більшості, щоб уможливити роботу демократичних інститутів, він почуватиметься необмеженим у виборі демократичних засобів боротьби за перегляд такого рішення. І якщо він доживе до того дня, коли волевияв більшості зруйнує демократичні інститути, то з цього сумного досвіду висуне лиш те, що немає гарантованого від помилок методу уникнути тиранії. Але це не послабить його рішучості боротися з тиранією, а його теорія від цього не стане непослідовною» [2, с. 145-146].

Цифровий популізм намагається подолати інститути відкритого суспільства і на думку авторів, він – сильний супротивник. Штучний інтелект та нейромережі з потенційно безмежними можливостями продукування фейків, ботів, інфошуму, створення ехокамер, таргетування та персоналізації реклами, новин та повідомлень, масовою кастомізацією інформації та зануренням персональної свідомості в «бульбашку» становлять безпосередню загрозу відкритому суспільству. Можливості людини та машини тут є неспівмірними хоча б у їх кількісному вимірі: людська свідомість та інтелект завжди обмежені у продуванні інформаційного контенту, принаймні, у часі і моралі, на відміну від ШІ.

Але чи не є подібні спроби інформаційного популізму в подоланні інститутів відкритого суспільства проявом відкритого суспільства самого по собі? Чи не є це стимулом до розвитку критичного мислення, навичок фактчекінгу, самоосвіти та підвищення громадянської активності? Наскільки інтернет-медіа придушують раціональну дискусію, настільки ж вони дають стимул її створити. Дійсно, сьогодні постає серйозна проблема щодо свідомого рішення інформаційно заангажованих громадян, але чи це настільки нове явище? Змагальність і освіченість, обізнаність і зацікавленість, бажання приймати участь – це якраз ті параметри, які визначають громадянина відкритого суспільства. І якщо ми стали

сучасниками і учасниками такого популістичного агону, то варто боротися, розуміючи, що настанови відкритого суспільства не передбачають простий шлях, але передбачають такі етапи також. Відтак, відкрите суспільство має пройти випробування інформаційним суспільством.

Список використаної літератури

1. McKenzie A.J. The Open Society as an Enemy : A critique of how free societies turned against themselves. London : LSE Press, 2024.
2. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. У полоні Платонових чарів. Київ : Основи, 1994.
3. Gerson G. The open society and the challenge of populism: Solution and problem. *Contemporary Political Theory*. 2023. Vol. 22 (4). P. 529-551.
4. Bartlett J., Birdwell J., Littler M. The new face of digital populism. London : Demos, 2011.
5. Брюховецький М. Інформаційне суспільство як нова суспільно-економічна формація: методологічні та термінологічні аспекти. *Актуальні проблеми духовності*. 2024. Вип. 25(1). С. 262–279.
6. Youngmi K. Digital Populism in South Korea? Internet Culture and the Trouble with Direct Participation. *Academic paper series. Korea Economic Institute of America*. 2008. Vol. 3 (8). URL: <https://www.keia.org/sites/default/files/publications/APS-YoungmiKim.pdf>
7. Заславська О.О. та ін. Новий популізм як технологія політичного маркетингу політичних партій. *Актуальні проблеми політики*. 2022. Вип. 69. С. 65-73.
8. Toffler A. Future Shock. New York: Random House. 1970.
9. Pine B. Joseph. Mass Customization: The New Frontier in Business Competition. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993.
10. Frankfurt H.G. On bullshit. In *The Importance of What We Care About: Philosophical Essays*. Cambridge : Cambridge University Press, 1988. P. 117–133.
11. Picciotto R. Evaluation for an Open Society: Then and Now. *Journal of Multidisciplinary Evaluation*. 2018. Vol. 14 (31). P. 32-47.
12. Козаченко Н. Толерантність і критичність: нетолерантність до хиб. *Актуальні проблеми духовності*. 2022. Вип. 23. С. 243–265.
13. Шиншинов А. Боти і ботоферми. Як це працює і що робити, щоб не потрапити на гачок дезінформації. *Varosh*. 7 липня 2023. URL: <https://varosh.com.ua/life/boty-i-botofermy-yak-cze-praczyuye-i-shho-robyty-shhob-ne-potrapyty-na-gachok-dezinformacziyi/>
14. Romania's presidential front-runner Georgescu benefited from Russia-style booster campaign, declassified docs say. *Politico*. December 5, 2024. URL: <https://www.politico.eu/article/romaniyas-presidential-frontrunner-benefited-from-russia-style-booster-campaign-declassified-docs-say/>
15. «Немає чого приховувати». Що відомо про арешт Дурова і як на нього реагує світ. *BBC News Україна*. 26 серпня 2024. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c4gqe2qwe82o>

INFORMATION POPULISM AS A CHALLENGE OF AN OPEN SOCIETY**Nadiia Kozachenko, Mykola Briukhovetskyi***Kryvyi Rih State Pedagogical University,**Department of Philosophy**Universytetskyi Avenue, 54, 50086, Kryvyi Rih, Ukraine*

The authors explore the impact of information populism on the ideals of the open society proposed by Karl Popper. The open society, according to Popper, is characterized by freedom of choice, critical thinking, and the ability of individuals to shape their own lives. However, contemporary trends such as populism, manipulation of public opinion through social media, and information noise threaten these ideals.

The authors consider populism to be the main enemy of the open society, especially in the context of the digital age. Populist parties, which are gaining strength in Europe and other regions, use simplistic solutions and emotionally charged slogans to attract voters, while ignoring the complexity of social and economic problems. Digital populism, which has emerged on the basis of information technologies, allows populists to interact directly with the public, bypassing traditional media and creating «echo chambers» that reinforce societal polarization.

As examples of the tools of digital populism, the authors consider information noise, fake news, and bots, which contribute to disinformation and undermine trust in institutions. The authors emphasize that information populism and related phenomena not only undermine the authority of knowledge and expertise but also threaten democratic institutions. They question the possibility of holding fair elections in the current environment, where information interference can shape voters' beliefs in favor of certain political forces.

In conclusion, the authors note that, despite the challenges, information populism can serve as a stimulus for the development of critical thinking, fact-checking, and civic engagement. The open society, according to Popper, is not a static ideal but a constant process that requires a struggle against new threats. Thus, modern society must pass the test of the information age while preserving the principles of openness, tolerance, and critical thinking.

Key words: open society, information populism, information society, digital populism, critical thinking, info-noise, fake news, legitimacy, electability.