

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут гуманітарних і соціальних наук
Кафедра історії та політичної теорії

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Толмачової Владислави Костянтинівни

(ПІБ)

академічної групи 052-19-1

(шифр)

спеціальності 052 Політологія

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою – “Політологія”

(офіційна назва)

на тему Феномен пост правди в сучасному політичному житті

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
кваліфікаційної роботи			
розділів:			
Рецензент			
Нормоконтролер			

Дніпро
2023

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

ЗАТВЕРДЖЕНО

:
завідувач
кафедри ІПТ

«__» _____
2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня **бакалавра**

студенту Голмачовій Владиславі Костянтинівні академічної групи 052-19-1
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності – 052 Політологія
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою – «Політологія»
(офіційна назва)

на тему «Феномен постправди в сучасному політичному житті»
затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____ № ____.

	Розділ	Зміст	Термін виконання
1	Розділ 1	Загально-теоретична характеристика феномену постправди у науковій літературі	19.12.2023- 13.02.2023
2	Розділ 2	Дослідження особливостей розвитку феномену постправди у сучасній політичній діяльності	01.03.2023- 27.04.2023

Завдання видано _____
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі _____

Дата подання до екзаменаційної комісії _____

Прийнято до виконання _____
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Об'єкт дослідження – феномен постправди.

Предмет – постправда в сучасному політичному житті.

Мета роботи: виявлення характерних ознак явища постправди в сучасній політиці.

Відповідно до мети були визначені наступні **завдання:**

1) розглянути і проаналізувати підходи які існують у вітчизняній та західній науковій традиціях щодо визначення сутності явища постправди;

2) з'ясувати основні проблеми дослідження постправди у сучасному політичному житті;

3) виявити та описати основні характеристики постправди на сучасному етапі.

Для розв'язання поставлених завдань нами були використані такі **методи дослідження:** теоретико-критичний аналіз літератури з теми дослідження; зіставлення, узагальнення і синтезування здобутої інформації тощо.

Робота може бути використана студентами ВНЗ для підготовки до семінарських занять, також може бути використана викладачами для проведення лекції, практик тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 56 найменувань. Повний обсяг роботи: 80 сторінок.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Загально-теоретична характеристика феномену постправди у науковій літературі	
1.1. Поняття та сутність терміна постправда у наукових дослідженнях.....	6
1.2. Види, форми та сценарії поширення феномену постправди.....	16
1.3. Методологічна база існування та аналізу феному постправди у сучасному суспільстві.....	32
Висновки до розділу 1.....	40
Розділ 2. Дослідження особливостей розвитку феномену постправди у сучасній політичній діяльності	
2.1. Постправда як сучасна політична технологія.....	42
2.2. Приклади використання постправди в сучасній політичній комунікації.....	.53
2.3. Роль, значення та проблеми застосування постправди в українській політиці.....	...65
Висновки до розділу 2.....	73
Висновки.....	75
Список використаних джерел та літератури.....	80

ВСТУП

Актуальність дослідження. Феномен постправди останнім часом залучає усе більше уваги дослідників. Поняття пост-правда з'явилася в масовій культурі на межі ХХ-ХХІ ст. Вперше термін був використаний в 1992 р. у тексті сербсько-американського драматурга Стіва Тесича, який розмірковував над наслідками війни в Перській затоці.

Про термін "постправда" заговорили в 2016 році, а оксфордський словник по підсумку того року назвав це слово словом року. Донині західні дослідники продовжують вивчати феномен нового інформаційного стану й продовжують вивчати "постправду" з різних сторін гуманітарної науки - політології, медиаисследований, соціології та ін. Міжнародний розвідувач наукових статей "Scienceresearch" видає близько більш 510 результатів тільки англomовних статей, і написаних за останні 4 роки.

У грудні 2017 року градус загострився настільки, що Папа Римський визначає винуватців у новій інформаційній кризі як грішників, що зробили "комунікаційний смертний гріх".

Поняття "постправда" з'являється як, свого роду, механізм викриття всього, що претендує бути правдою, оскільки правда неможлива у світі тотального винаходу образів. Але це не виходить, що місце правди й вірогідності не виявилось зайнятим якоюсь грою змістів. Подібно формулі істини без істини, запропонованої Аленом Баддю в "Маніфесті філософії", з'являється формула правди без правди або правди як "напівправди". Поняття "постправда" визначається як характерний для ХХІ століття "режим функціонування змісту", як "неправда, яка сприймається в якості правди навіть після того, як була викрита в якості неправди".

Визначення поняття "постправда" часто зводяться до проблеми маніпулювання суспільною думкою в різні медіа. У публікаціях соціологів і політологів поняття розглядається в політичному контексті й зв'язується з

різними подіями й процесами, які особливим образом оформляються в реальності політичної комунікації. З розширенням "каналів комунікації" росте "обсяг інформації, переданої численними джерелами, що не завжди заслуговують довіри". Центральними для дослідження поняття "постправа" у цьому випадку стають проблема довіри до повідомлень у медіа, і проблема вірогідності тієї реальності, яка оформляється в даних повідомленнях.

Таким чином, ми бачимо, що актуальність дослідження феномена "постправа" є, а сама тема актуально як у вузьких галузях гуманітарних наук, так і в міждисциплінарних дослідженнях. Однак зрозуміло, що якщо тема була б очевидна всім і визначалася всіма однаково, то такого ажіотажу інтересу не було.

Розробкою даної проблеми займалися багато науковців, представники різних галузей науки. Зважаючи на швидке просування поняття «постправа» інформаційним простором, все більше дослідників звертають на нього увагу. Серед них можна виділити Р. Кейса, Ф. Де Лара, А. Лактіонову, Є. Ланюка, О. Лисанюк, Т. Лютого, Б. Маккоміскі, С. Пролєєва, Д. Робертса, К. Хіггінс, С. Фуллера, Ю.Н. Харарі та інших.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, нами і була обрана тема дипломної роботи:

"Феномен постправа в сучасному політичному житті".

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФЕНОМЕНУ ПОСТПРАВДИ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

1.1. Поняття та сутність терміна постправда у наукових дослідженнях

У статті за назвою "Постправда і її наслідки" говорить нам про теперішній момент" журналіст Річард Крейтнер писав: "Минулого місяця "Оксфордський словник" номінував "постправду" на звання "слово року" в 2016 році. Він визначив значення слова як опис "обставин, при яких об'єктивні факти менш важливі для формування суспільної думки, ніж апеляція до емоцій і власної переконаності". За версією Оксфорда, це слово було вперше використано в січні 1992 року в статті сербсько-американського драматурга Стіва Тесича, яка була опублікована в нашому журналі".

Термін "постправда", запропонований Стівом Тесичем (Steve Tesich, Stojan Tešić, Стојан Тешић, 1942-1996) і широко використовуваний у цей час у текстах, пов'язаних з аналізом або описом ІВ ("information warfare"), з'явився в щотижневику "The Nation" не випадково. В 1991 році між "The Nation" і Міністерством оборони США розгорівся серйозний конфлікт, причиною якого стали обмеження, уведені міністерством оборони для прес-пулів при висвітленні війни в Перській затоці [23, с. 87].

Медіа еволюціонує щодня з надзвучовою швидкістю, і розмови про "злиття оффлайна з онлайн" щороку чутні усе голосніше. Вплив сучасних медіа на формування сприйняття сучасної людини досить складно переоцінити. Кількість інформації, з яким щодня зустрічається людина, величезне, її канали передачі дуже швидкі, і разом із цим досить помітно прослідковується недовіра - не тільки до неї самої, але й до медіа в цілому. Фейкньюс, слухи, Інтернет- тролі, політика постправди: велика кількість

явищ так чи інакше зміщують статус і сприйняття інформації, що надходить від сучасних медіа.

І недовіра, і страх, і нерозуміння виникають із кризи інформаційної об'єктивності й утоми. "Правда" завжди залишалася й дотепер залишається спірною категорією. Її статус радикально міняється в різний час, у різних місцях, релігіях, дисциплінах і соціальних платформах. "Правда" може бути кінцевою або рухливий, політичної або релігійної. Як тільки інформація стає більш доступною людині, у той же час залишаючись здатною до механічної модифікації, - збільшується параноя про статус і прозорості "правди". "Постправда" в 2016 році через президентські вибори в США й інформаційного шуму навколо Brexit'a стала словом року, згідно Оксфордському англійському словнику, і позначала "обставини, у яких об'єктивні факти менш важливі для формування суспільної думки, чому звертання до емоцій і особистим переконанням" [19, с. 86].

Досить цікавий також і той факт, що на 2015-2016 довівся час активного розвитку фактчекінгових ресурсів і розслідувань: наприклад, проекти ФБК, а аналітична компанія Mediatoolbox включила боротьбу з фейками й верифікацію контенту в один з нових трендів 2016- го року [29, с. 75].

Усі ці факти вказують на те, що зараз так чи інакше сформувався новий запит на правду й істину. Проте , затверджувати, що постправда стала принципово новим явищем і надавати цьому слову статус самостійного й самодостатнього наукового концепту б було не зовсім коректним - у семантичному плані поняття "постправди", "політики постправди" залишаються досить розмитими й частіше використовуються в рамках ідеологічного й пропагандистського сегмента сучасних мас-медіа.

Точно так само не варто редукувати проблему постправди тільки до політичної сфери й уважати її одним з інструментів пропаганди або політичної боротьби, постправда усе більше починає ставитися до питання

про співвідношення реального й уявлюваного, антропологічного й віртуального, і коштує далеко поза дихотомією "правда - неправда".

Одним з головних питань, який піднімає концепт "постправди" як такий, це те, чи є цей феномен чимсь новим або ж це те, що існувало до цього, але у зв'язку зі сложившимися обставинами одержало популярність, а потім і нове ім'я? Якщо феномен дійсно новий, то нам важливо зрозуміти, чому саме він міг вплинути на сучасне мистецтво, і чому він з'явився саме зараз. Але якщо й ні, то так чи інакше, потрібно зрозуміти, чому він важливий зараз, як набув популярності, і чому йому дали окрема назва.

Філософ Ханна Арендт у своїй статті "Правда й політика" в 1967 році затверджувала, що правдивість і чесність ніколи не вважалися гідностями в політиків, і що неправда завжди розглядалася як необхідний і обґрунтований інструмент державного службовця. Однак сьогодні, фактична істина, яка виступає проти інтересів певної політичної групи зустріється із ще більшою ворожістю, чому раніше [34, с. 88].

Згідно Арендт, найбільший супротивник фактичної істини не неправда, а, скоріше, думка, особливо у світлі сьогоденної схильності "замилувати" думки й факти. Коли брехун свідомо й спеціально намагається сховати неправда, він говорить, що вона всього лише є його думкою, а він живе у вільній країні й може його виражати. Арендт додає, що хоча фактична істина ніколи не звільниться від інтерпретації й особистої перспективи, така ситуація не повинна бути аргументом проти існування реальності й фактів і не повинна стирати грані між фактом, думкою й інтерпретацією. Підсумком цього буде суспільство, яке не зможе відрізнити факти, думки й фабрикації, а мас-медіа тільки збільшують цей підсумок. Якщо в минулому неправда була в основному спрямована проти певних особистостей, особливо тих, кого можна б було вважати ворогом, сьогодні неправда поширюється через медіа на національному рівні, щоб обдурити всіх.

Точка зору про визначення постправди від різних учених із суміжних дисциплін виявляється досить цікавою. Так, наприклад, військовий історик-медієвист Юваль Ний Харари заявляє, що будь-які фейк- ньюс далеко не нові для людства, і стан правди зовсім не гірше, чим коли- або було раніше.

що феномен постправди типізує людство, "тому що наша сила полягає в нашій здатності створювати історії й фабрикації, а потім у них вірити - наприклад міфи, ідеології й релігії, які активують співробітництво й допомагають створювати зв'язки між повними незнайомцями". Згідно Харари, історично людину завжди більше цікавила влада, а не істина, тому він більше витрачав час на те, щоб управляти миром, а не зрозуміти його. Сьогоднішній тренд фейк- ньюс відрізняється технологіями, які дозволяють підігнати пропаганду на індивідуальній основі, і сполучити неправду й індивідуальні упередження. Тролі й хакери використовують алгоритми big data, щоб визначити унікальні слабості й переваги кожної людини й сфабрикувати їм відповідні історії. Ці історії використовуються, щоб підсилити упередження тих, хто в них вірить, збільшити розлами в суспільстві й пробити демократичну систему зсередини [24, с. 86].

Подібно Харари, філософ Чи Макінтайр підкреслює, що головною новизною у феномені постправди є не заперечення існування істини й фактів, але скоріше підпорядкування фактів особистим упередженим думкам і суб'єктивній перспективі. Згідно Макінтайру, в еру постправди, одні факти небагато важливіше інших і критерій, який використовує людей, воліючи один факт іншому, цей наслідок того, що факт збігається з його точкою зору.

Майкл Мармо, британський професор суспільної охорони здоров'я, вважає, що неправда завжди була частиною будь-якої політики, хоча це й не зм'якшує шок від обману тих, хто зіштовхнувся з неправдою прихильників Брексита. Згідно Мармо, дискусія є одним із центральних механізмів у науці, але після того, як один з учасників дебатів показує фактичний доказ його аргументів, інший повинен визнати свою помилку. Усе ще незважаючи на те,

що факти залишаються підставою істини, сьогодні фактичні докази втратили свою дієвість: Дональд Трамп може заявити, що кількість убивств зростає через припливи іммігрантів у країні, але навіть після того, як буде представлений доказ про зворотнє, він не відмовиться своїх заяв.

У своїй книзі "Про брехню", американський філософ Гаррі Франкфурт проводить чортові між брехуном і "брехуном". Вони обоє намагаються переконати свою аудиторію в тому, що вони говорять істину, і обоє намагаються сховати щось від аудиторії. Різниця між ними полягає в тому, що брехун ухвалює відмінність істини від неправди й спеціально бреше, щоб сховати правду, але "брехун", з іншого боку, не визнає й навіть відхиляє будь-яку різницю між істиною й неправдою, його не турбують, мають чи його висловлення хоча б маленьку частину істини, він намагається сховати своя байдужність до істини від його аудиторії. Використовуючи відмінності, до яких прийшов Франкфурт, Мармо заявляв, що Трамп є "брехуном" - йому звичайно однаково, чи є правдою те, про що він говорить, тому він залишається стійко вірний своєї позиції, навіть якщо факти прямо її спростовують [12, .с 96].

Журналіст Метью Д'анкона затверджував, що незважаючи на те, що брехливість найчастіше й була ключовим компонентом політики з ранніх етапів історії людства, 2016- й запам'ятається як рік, який запустив "еру постправди". На його думку, новим у ній можна вважати не дуже явну несумлінність політиків, але скоріше реакцію суспільства на неї - неправда тепер вважається нормою. Згідно Д'анконе, у цій ері емоції загрожують раціональному мисленню, скептицизм і зневага - науці, а ціна правди сильно знизилася. Експерти з'являються "лиходіями", у той час як суб'єктивний інтерпретація й емоційні нарративи займають місце об'єктивних фактів.

Така велика кількість спроб визначити, чим є постправа, відбиває одне із самих явних її характеристик - плутанину навколо цього феномена й складність його розуміння. Усіх фахівців, які висловилися по цій темі,

поєднує одна загальна риса - гостре почуття того, що "щось змінилося, і щось тепер відбувається", будь це старий або новий феномен, тепер його називають постправдой, вважають по більшій частині шкідливим і намагаються зрозуміти його властивості, щоб навчитися з ним справлятися. Незважаючи на те, що зараз досить важко зрозуміти, є чи постправда принципово новим феноменом або комунікативним процесом, так чи інакше супутнім соціально-політичної еволюції суспільства, можна сказати, що "дослідники, які прибігають до поняття політика постправди, основному виходять із посилки, що множення акторів і медійних технологій при продукуванні політичної інформації веде до диверсифікованості й деградації критеріїв істинності й хибності при інтерпретації подій минулого й сьогодення".

Ключовим поняттям у розумінні правди є одна із трьох неокласичних теорій правди - кореспондентная теорія, яка говорить, що ключем до істини є співвідношення між миром і пропозицією - пропозиція вірна тільки в тому випадку, якщо вона відповідає певному факту, який існує в цьому світі. Відповідно, теорія міцно з'єднує поняття правди з реальністю, у цьому і її сила, але в той же час і слабкість. Щоб визначити частку правди в пропозиції згідно кореспондентної теорії, повинні бути задоволені дві вимоги: потрібно, щоб у реальному світі в принципі було можливо знайти такий факт, який би відповідав пропозиції, і пропозиція або людей, яка її задає, повинен перебувати в прямому відношенні до цього факту. Згідно з дослідником Яель Брамс, проблема постправди полягає в чотирьох рисах цього феномена, які підсилили слабкості кореспондентної теорії істини й підірвали позицію фактичної істини: вибух інформації й ріст технологічних засобів; згасаюча віра в інститути й інші "носії істини"; постмодерністські ідеї, які поширилися серед наукових дисциплін і породили ненормативний дискурс про істину в цілому; а також активні політичні баталії навколо поняття істини. Сумісність усіх цих рис створює інтерференцію, яка ускладнює сприйняття реальності й

можливість перевірити істину чого-небудь, ґрунтуючись на реальних фактах [34, с. 97].

Незважаючи на те, що проблема неправди й правди видається зовсім не новою, прискорена популярність феномена постправди й поява нового терміна для того, щоб позначити те, як зараз функціонують факти, інформація, правда й неправда, сигналізують про новий запит на щирість у медійному й політичному просторі. Якщо в ХХІ столітті була популярна розмова про те, що її й зовсім не існує, то після терактів 11 вересня, звичності до розмов про теорії змовах і таємних маніпуляціях, зараз, істина й "щирість" стали знову затребувані, і не тільки в політичному полі. Необхідність заново винайти або позначити цю ситуацію так чи інакше приведе до нових досліджень і поняттям у культурології й філософії, а той факт, що й той факт, що зараз феномен постправди обертають усе більше уваги, тільки підтверджує те, що він стає винятковим і своєчасним саме для нашої епохи [20, с. 78].

Щодо тлумачення поняття «постправда» в сьогоденні спостерігаються різні підходи. Так, К. Хіггінс (Kathleen Higgins) розглядає *«постправду» як відверту брехню, яка в суспільстві стає буденністю»* (.

Т. Лютий зазначає, що *«префікс «пост-» вже не має стосунку до «того, що йде після», а позначає радше неважливість»*. Причиною поширення постправди Т. Лютий визнає втому людства від правди, адже значно простіше відмовитись від постійної аналітики і жити, спираючись на переконання.

С. Пролеєв, аналізуючи практичні аспекти застосування терміна «постправда», наголошує, що «доби постправди» не існує, а сам термін розглядає виключно як симптом, який вказує на те, що *«має місце глибока криза праворядку і правосвідомості, суспільної моралі та демократичного урядування, деградація політичної відповідальності та стандартів публічної поведінки»*. Передусім Пролеєв звертає увагу на кризу демократичних

інститутів у розвинутих, цивілізованих країнах світу, що спричинює ризики для цивілізованого майбутнього усього світу.

Ф. де Лара (Philippe de Lara) розглядає постправду так: *«Вважати за правду те, що ми відчуваємо, не робити розрізнення між правдою як такою і нашим відчуттям правди»*. Своє розуміння постправди дослідник розкриває завдяки аналогії з англійськими виразами *«feeling right»* (відчувати точність, справедливість) та *«being right»* (бути точним, справедливим). Існування постправди де Лара пояснює радикальною релятивізацією світогляду і особливостями (недоліками) демократичного устрою, що дозволяє безкарно під маскою власної думки поширювати брехню [20, с. 78].

Поступово почали з'являтися і інтегруватися в інформаційний простір похідні від «постправди» поняття. Б. МакКоміскі (Bruce McComiskey) активно використовує поняття «риторика постправди», під яким він розуміє риторичну діяльність, яка позбавлена впливу етичних принципів. У межах визначеного підходу МакКоміскі визначає «постправду» як *«ознаку, яка вказує на відсутність посилань на факти, істини та реальність (при виголошенні людиною своєї точки зору). Такий стан речей призводить до того, що мовлення розглядається виключно на стратегічному рівні»*. За таких умов мовлення розглядається виключно як інструмент досягнення своїх цілей.

МакКоміскі зазначає, що завдання ораторів (за часів, що передували добі постправди) передусім зводилось до максимально якісного поширення положень, визначених науковцями, що орієнтовані на пошук істинного знання.

За таких умов брехня, різного роду виверти розглядаються як неприйнятні, аморальні засоби. Але, якщо факти, реальності і істинність викреслити з епістемічного континіуму, це призведе до зникнення і їхніх протилежностей – брехні, заплутаних слів, хиби тощо, а на місце логічно

коректного обґрунтування приходить посилення на власну думку. Саме такі ознаки притаманні комунікації за доби постправди.

У світі, де факти, реалії та істини не мають значення, мовлення без обґрунтування або посилення стає суто стратегічним елементом і це, на думку МакКоміскі, є центральною проблемою, що постає перед дослідниками.

Також МакКоміскі звертає увагу на інший феномен, що поширюється медіапростором у безпосередньому зв'язку з постправдою, а саме «Ефект Трампа» і визначає його як *«матеріальні і соціальні результати успішного застосування постправдивої риторики»*.

МакКоміскі переконаний, що перемога Д. Трампа на виборах у значній мірі досягнута завдяки застосуванню широкого кола неетичних комунікативних прийомів, серед яких: фейкові новини, повідомлення з розмитим змістом у ЗМІ, напади на авторитет ЗМІ, навішування ярликів тощо. На думку МакКоміскі, наведені прийоми призвели не лише до перемоги Трампа, але й до зростання рівня агресивності та насилля серед населення США [31, с. 78].

Альтернативний підхід передбачає тлумачення «post-truth» як «постістини». Так, А. Лактіонова зазначає, що *«виявляється найприроднішим розуміти пост-істину як видимість істини»*, а її панування в сучасному медіапросторі *«тягне знецінення ідеалів справедливості і відповідальності в суспільстві і знецінює особистісну цінність індивіда»*.

С. Фуллер визначає істину як те, що було визнане уповноваженим суддею в межах справи, що розглядається. Постістину Фуллер розуміє як розмивання чіткої межі і логічного відношення суперечності між істиною та хибою. Постістинний світогляд передбачає толерантне ставлення до багатьох можливих істин. Як наслідок, унеможлиблюється остаточне розмежування ілюзії та реальності, а знання виступають певною людською грою, спрямованою на оволодіння істиною. Але істина в такій грі виступає лише

проміжною метою, оскільки справжню цінність становить модальна влада, яка є результатом володіння істиною.

Ю.Н. Харарі, на відміну від багатьох інших дослідників, визнає постправду невід'ємним елементом людського суспільства, оскільки саме вона забезпечує сталу людську взаємодію – міфи дозволяють організувати тривалу взаємодію людей для досягнення певних результатів, які одній людині не досяжні. Homo Sapiens як біологічний вид віддає перевагу владі над правдою. Ефективну протидію поширенню постправди Харарі вбачає в активізації просвітницької діяльності і популяризації наукового типу свідомості.

Поняття «постправда», на нашу думку, вказує на одну з соціокультурних цінностей, яка зайняла вакантне місце після втратою правди своєї актуальності як альтернативної цінності. Загального визнання у статусі цінності постправда поки не отримала, але її активне поширення, висока практична ефективність як засобу просування особистих інтересів і досягнення власних цілей вказує на успішне укорінення. Поширення постправди активізувалось в останнє десятиліття у зв'язку зі зростанням впливу ЗМІ на соціум. У процесі формування постправдивої точки зору відсутня ціннісна орієнтація на правдивість, об'єктивність, щирість. Поширенню постправди демократичним суспільством суттєво сприяє принцип «це моя думка і вона має право на існування» [40, с. 65].

Формування постправди передбачає первинну орієнтацію не на пошуки правди, а на обґрунтування достовірності певної точки зору. Тобто має місце зміна ціннісних орієнтирів із пошуку і поширення правди, об'єктивної картини світу на обґрунтування достовірності необхідної точки зору. За таких умов «фейк» і «брехня» набувають статусу інструментарію під час побудови такого постправдивого світогляду.

Феномен "пост-правди" найбільш дійсний на геополітичному рівні, тому що саме там пост-правда виходить на перший план при формуванні

сучасного медійного порядку денного, при цьому вужі, що сформувалися й, видалося б, аксіоматичні інтерпретаційні практики починають втрачати свою колишню привабливість.

1.2. Види, форми та сценарії поширення феномену постправди

Після первинної концептуалізації феномена постправди на початку 1990- х рр. неологізм не залучає значної уваги. Однак після реактулізації середини 2010- х рр. починається етап наукової уваги до постправдивої комунікаційної стратегії. Дослідження постправди можна розділити на кілька груп:

1) загальний аналіз феномена, його соціальних, комунікаційних, культурних і інших підстав;

2) аналіз конкретних феноменів і ситуацій, що співвідносяться з науковим концептом постправди;

3) спроби моніторингу соціокультурної ситуації й визначення перспектив і стратегій боротьби з постправдою.

Загальне число опублікованих тільки в періодичних рецензируемих наукових виданнях статей становить кілька тисяч, незважаючи на короткий історичний обрій дослідження феномена. Поняття постправди При спробі дати визначення поняттю правда[^]-правди-пост-правди ми зустрічаємося з деякими проблемами. Словник Оксфорда визначає post-truth як прикметник, що характеризує комунікаційні ситуації, у яких об'єктивні факти мають менший вплив на формування суспільної думки, чому апеляція до емоцій і переконанням людину [37, .с 86].

Незважаючи на значну кількість вищедших статей, що фіксують результати досліджень, словникове визначення не зазнало скільки-небудь серйозній критиці, оскільки представляло дослідникам 3 робочих критерію визначення постправди в приватній ситуації аналізу новинних повідомлень:

- ігнорування в повідомленні об'єктивних фактів;
- апеляція до цінностей і переконанням людину;
- використання емоційного тиску для аргументації своєї позиції.

Починаючи з визначення Оксфордського словника й закінчуючи сучасними дослідженнями, практично повсюдно використовуються всі три або трохи рідше - тільки перші 2 критерію.

Однак слід помітити, що всі три критерії є окремими випадками родових понять, які описують цілий клас феноменів і комунікаційних ситуацій:

1) З ігнорування об'єктивних фактів випливає навмисне медіаискаженіє реальності . Не просто сумлінна омана або помилкові висновки на основі неповної інформації, а конструювання картини події або, ширше - миру, у зручній комуніканту формі .

2) Апеляція до цінностей і переконанням людини є часткам случаємо використання когнітивних викривлень, які служать інструментом для досягнення позначеної раніше мети - конструювання собитийной картини по заздальгідь заданих параметрах [41 ,с. 76].

3) Нарешті емоційний тиск - це окремий випадок еристики , тобто способів ведення суперечки й аргументації, метою яких є не досягнення істини, а твердження правоти, що використовує еристические інструменти, свого роду комунікаційне "шахрайство".

Ми не розширили значення постправди, оскільки "так було зручне", а лише вказали загальні феномени й комунікаційні практики, окремим випадкам яких відповідає словникове визначення постправди. При цьому підстав для звуження запропонованої загальної картини до зафіксованих у словнику частковостей немає: не можна називати постправдой винятково різновид інформаційних повідомлень, які використовують когнітивні викривлення "схильності до підтвердження" і "упередженості підтвердження", ігноруючи ситуації, у яких використовувалися когнітивні

викривлення іншого роду (наприклад, фундаментальна помилка атрибуції або фреймінг, якими також часто "грішать" тенденційні ЗМІ).

Орієнтація дослідників саме на один конкретний вид когнітивних викривлень і конкретний еристический приймання як критерії постправди відбулася в силу їх поширеності в глобальному інформаційному просторі Цифрової епохи й у силу первісного гіперфокусування саме на новинні медіа, які використовували ці види когнітивних викривлень і ригорических прийомів.

У такий спосіб у рамках дослідження ми визначаємо постправду як комунікаційну стратегію, спрямовану на вибудовування перекрученої й не відповідної об'єктивної реальності, але з якихось причин необхідної комуніканту картини події, або ширше - миру, з використанням прийомів еристики й когнітивних викривлень [24 ,с. 89].

Комплекс феноменів чи Є саме явище постправди новим? Е.Е. Проніна й А.С. Кириченко затверджують, що новим у феномені постправди є тільки те, що "політтехнологічні хитрування тепер йменуються особливою формою правди". Колин Уайт відносить зародження цього феномена до епохи Н. Макіавеллі, а Е.Про Труфанова пропонує вийти за рамки медиапрактик і в підсумку виявляє джерела феномена в античній суперечці між прихильниками "реалізму" і "антиреалізму".

Радянська, американська або нацистська пропаганда протягом другий-третьої чвертей ХХ століття використовували схожі інструменти. Із самого виникнення засобів масової інформації в інституціональній формі боротьба двох тенденцій - об'єктивної й інтерпретаційної становила якщо не зміст, то філолофсько-історичний зміст процесу розвитку журналістського ремесла. Так чи має зміст придумувати новий термін тільки через кількісні відмінності, ступінь майстерності або "винахідливості у виборі форм язикового впакування й майстерністю в частині відбору свідомо неправильної й відсівання небажаної інформації"?

Нам представляється, що введення в науковий дискурс терміна постправа незважаючи на історичне споріднення, наприклад, з феноменом пропаганди, не тільки виправдане, але й необхідно, оскільки як первісні приватні критерії, так і висунуті нами розширювальні критерії охоплюють далеко не тільки новинні повідомлення мас-медіа як можна було б подумати. Іншими словами, постправа на відміну від пропаганди - щось розповсюджене далеко за межі сфери "класичної" масової комунікації й інститутів засобів масової інформації.

Саме поняття мас-медіа в ХХІ ств. змінює свій зміст через повсюдне впровадження широкосмугового й мобільного Інтернету, технологій Web 2.0 і соціальних мереж, які куммулятивно перетворюють будь-якого учасника Інтернет- комунікації в потенційне джерело новинного повідомлення, значимого у світовому масштабі. Інтернет є родючим середовищем для виникнення безлічі різних по своїй природі феноменів, які асоційовані в синкретичну безліч "пост-правди". Ґрунтуючись на висунутих раніше загальних критеріях і ігноруючи псевдокритерій "політичної зловмисності" (оскільки він отсутствует у базовому словниковому визначенні й оскільки його введення намеренно звужує значення поняття постправди до результатів застосування політтехнологій і політичного PR), ми виявляємо наступні культурні феномени, які корелюють із концептом постправди [51, с. 87]:

I. Не стосовні до актуальних новин феномени 1. "Фанатские теорії" - феномен, що виник у гик- культурі, і представлений в 2 основних формах: а) літературно-детективне розслідування учасників фендома, які намагаються вгадати сюжетні повороти й розв'язку триваючого добутку, а також значимі зміни в образах персонажів.

Самим яскравим прикладом є фанатская теорія про те, що персонаж "Саги Льоду й Полум'я" Дж. Мартіна Джон Сноу є "загубленим спадкоємцем" скинутої династії Таргариєнов, а не незаконнонародженим

сином феодального лорда Еддарда Старка. Цей варіант фанатських теорій не має відносини до постправди б) "переписування історії" - це різновид фанатських теорій, у яких затверджується й аргументується, що дана автором читачам або глядачам картина сюжету має намір перекручена й приховує дійсне підґрунтя. Найвідомішою "фанатською теорією" такого роду є історія про те, що режисер Джордж Лукас у трилогії приквелов киносаги "Зоряні війни" мав намір зробити головним лиходієм, що приховує свою ідентичність, комедійного персонажа Джа-Джа Бінкса, але відмовився від свого наміру в силу негативного сприйняття останнього глядацькою аудиторією.

Теорія " Джа-Джа Бінкс - верховний ситх" має солідну аргументацію, але має намір маніпулює сюжетними фактами, даними у фільмах, а також образами героїв авторського бачення режисера, використовує еристические приймання й апелює до деяких переконань членів фендома [62 ,с. 54].

В 2010-ті такі фанатські теорії широко поширилися в гик- культурі й вийшли в масову культуру, а сюжетний твіст, тобто несподіваний і різкий поворот, який виявляє, що все попереднє твісту час автор навмисно містифікував читача, стає чи не обов'язковим елементом композиції й сюжетної конструкції добутку. Ключовою метою фанатської теорії є все-таки инфотейтмент, тобто комунікаційна розвага. Їхні автори не ставлять своєю метою змінити реальний сюжет добутку, а лише розважити читача спритною маніпуляцією з фактами й виявленням малопомітних деталей, яким надається гіпертрофоване значення. 2. Литбейт - оголошення автором добутку нових несподіваних фактів про сюжет і героїв, які суперечать раніше відомому по опублікованих текстах або не підтверджуються ними.

Найвідомішим литбейтом на сьогоднішній день є оголошення британською дитячою письменницею Джоан Роулінг про гомосексуальну орієнтацію одного із ключових персонажів циклу романів про Гаррі Втраті - директора школи чарівників, професори Дамблдора. Практично аналогічний

ефект зробило заяву режисера Лани Вачовски про те, що культова кіноепопеї "Матриця" замислювалася як історія любові... і трансгендерного переходу, зроблене перед початком зйомок четвертої частини, яка сама по собі стала несподіванкою для шанувальників, оскільки епопея не раз оголошувалася закінченою в 2003 році трилогією. 3. Піп- і лженаука очевидним образом спотворюють об'єктивну наукову картину миру й використовують когнітивні викривлення й еристическую аргументацію з метою обґрунтування своїх концепцій.

Можна сказати, що піп- і лженаука - це сайнсбейт, зловмисний різновид фанатських теорій, тільки тепер уже заснована не на художньому, а псевдонауковому матеріалі. Мотиви можуть бути всілякими : від впливу конспірологічного менталітету до реалізації корупційних схем одержання державного фінансування й присвоєння цільових засобів. Найбільш дослідженим і помітним різновидом поп-науки є фолькхистори [24, с. 311].

4. Астротурфінг - це імітація широкої суспільної підтримки або "низової ініціативи" через спеціально створені організації або за допомогою ботоводства й фабрик тролів. Саме по собі не є різновидом медіасообщення й, отже, не ставиться до постправде прямо, однак використовується для створення необхідного емоційного "гулу" навколо фейкньюс, фактоидов і навмисної дезінформації, які ми розглянемо пізніше. При цьому астротурфінг уже сам по собі є й медіаискаженієм реальності й використанням деяких когнітивних викривлень, пов'язаних зі сприйняттям певного думки, як широко розповсюдженого, що й користується соціальною підтримкою, а також емоційної еристической аргументації (наприклад, активуючи соціологічну "лійку мовчання" або, навпаки, "каскад доступної інформації") [21; 23]

5. Фанфейки - це навмисне створення новинних повідомлень, заснованих на неіснуючих фактах з метою містифікації й розваги читачів (наприклад, випадок Інтернет-ресурсу "The Onion" спеціально розглядається

в статті Я. І. Соболя). Основним мотивом є инфотейтмент, тобто розвага читача. Часткам случаємо фанфейков стали феномени пранка й "вишедшого з-під контролю троллінга" , які самі не мають мети залишатися правдоподібними тривалий час , оскільки розважального ефекту досягають саме після викриття, але в короткостроковій перспективі відповідають усім критеріям постправди[16, с. 37].

6. Клікбейт - це використання заголовків, які прямо спотворюють зміст заради посилення емоційної привабливості гіперпосилання, що веде до повного тексту статті. Клікбейт не є зло навмисним політичним медиаискажением реальності, однак спотворює її в погоні за економічною вигодою й створює проблему балансу між привабливістю медіасообщення для читача й відповідальністю видання. The New York Times стоїть на позиції того, що грань між привабливим заголовком і клікбейтом не повинна розмиватися, і не можна використовувати "заголовки, що змушують читачів почувати себе обманутими після прочитання статті" [35, с. 88].

О. А. Гаврикова до певного ступеня виправдовує клікбейт-медиапрактику тим, що "у світі, де успіх контенту визначається кількістю переглядів і оцінок, дана техніка залучення уваги аудиторії являє собою лише реакцію на виклик сучасних умов високої конкуренції між інформаційними ресурсами" [12, с. 27].

7. "Хайп" у соціальні медіа є іншим різновидом постправди. Під хайпом ми розуміємо інформаційний шум (тобто безліч однорідних повідомлень), пов'язаних з певною темою, ситуацією, подією або персоною, які на першому етапі розвитку мінімально відрізняються тематично й змістовно й на другому - навмисно провокаційні й опозиційні (вторинна утилізація незгодних або повільних користувачів).

Якщо використовувати Інтернет- сленг (а іншого релевантного інструмента опису багатьох феноменів Інтернет- комунікації в дослідника попросту немає), то "хайповая хвиля" складається із квапливих повідомлень-

реакцій на подію, пропустити які значить виявитися соціально-медійним аутсайдером. Квапливість, сиюминутність, гострота, необхідність продемонструвати власне особисте залучення - усе це створює підстави для еристической риторики хайп- постів, використання будь-яких засобів для аргументації власної позиції й, в остаточному підсумку, медиаискаження реальності.

8. Нарративная журналістика на думку дослідників приходитна зміну "уже неіснуючій журналістиці фактів, що й майже вичерпала себе журналістиці думок журналістика" [35, с. 287].

Поки що цей термін використовують для жанрового визначника різновиду журналістських повідомлень, що представляють реально що відбувся події у вигляді захоплюючої історії.

Сумлінна нарративная журналістика не належить до феноменів постправди, однак інтериоризирований автором розповідь - потужний інструмент інформаційного впливу, що використовує когнітивне викривлення довіри чийомусь особистому досвіду, емоційну аргументацію та інше для спрямованого конструювання (а значить - викривлення) медиакартини миру. III. Зловмисні масмедійні феномени, що співвідносяться з концептом постправди.

9. Фактоїд ізетого переліку є самим "невинним" варіантом, це - видача за факт неперевіраних сумнівних відомостей або будь-чисії думки.

Спочатку, введений в оборот на початку 1970- х рр. біографом Мерилин Монро Н. Мейлером, цей термін означав "факт, що не існував до того, як він з'явився в газеті або журналі", але згодом став означати перетворення в медійний факт неправильного твердження, підкріпленого лише авторитетною думкою. Однак референція до авторитетності джерела без обліку наявності або відсутності доказів являє собою одночасно когнітивне викривлення й різновид емоційної аргументації, тобто переводить фактоїд у площину постправди.

10. Навмисна дезінформація є найпростішим і очевидним випадком постправди, який у силу своєї політизованості в першу чергу привертає увагу дослідників. Найчастіше дезінформація не є прямою неправдою, а частіше, впливаючи арабської традиції політичних вивертів Таврією або та'аридом (приблизно дорівнює амфіболії) у першу чергу паразитує на емоційно активованих питаннях і ситуаціях, наприклад - смерті дітей у ході військових конфліктів, застосування зброї масового ураження і т.д.

11. Фейкові новини - це пряма неправда, інформаційне повідомлення, що не має під собою дійсної події. Уважається, що фейкніюс стали проблемою (а скоріше, були усвідомлені такий) у ході президентської гонки 2016 р. у Сполучених Штатах [24, с. 87].

І хоча термін одержав масове використання (або знайшов другий подих) дійсно в цей час, але простежити сам феномен фальшивих новин можна аж до 1830-х рр. і епохи одноцентових газет (penny papers), а то й із Середньовіччя, де інститути масової інформації функціонували зовсім на інших принципах. Про те, що фейк - не унікальне явище сучасності, фактично, говорить Ю.М. Єршов, згадування як часткові синоніми такі терміни як "дезінформація", "вброс", "фальшивка", "газетні качки" - усе це комунікаційні артефакти індустріальної епохи Модерну. [15, с. 246].

На цій же позиції коштує й, наприклад, І.В. Зинов'єв. Описані вище типові комунікаційні стратегії й медійні феномени можуть взаємодіяти й інтегруватися, породжуючи ситуативно-унікальну форму постправди, яка не має класифікаційної цінності, однак, безумовно, повинна бути розглянута, щоб ще раз указати на складність аналізованого феномена. На погляд автора, найбільш яскравим прикладом інтеграції й взаємодії різних конкретних форм постправди в політичному медійному дискурсі є "Паллівуд" - комплекс медійних заходів, що вживають арабами Палестини по навмисному викривленню дій Ізраїлю в конфліктному регіоні з метою добитися співчуття суспільної думки, одержати преференції від міжнародних організацій і

добитися міжнародних санкцій у відношенні Ізраїлю. Ресурс цивільної расследовательской журналістики Seconddraft присвятив цілий розділ одному із самих яскравих прикладів постановочного характеру медійних повідомлень у дусі стратегії Палливода. Причини поширеності Все описане раніше різноманітність феноменів відповідає критеріям постправди: медиаискаженню реальності, експлуатації когнітивних викривлень і інструментів еристики. Однак чи є воно мотиваційно однорідним? Ідентично чи по своїх наслідках? Не можна назвати єдину причину падіння якості журналістики й формування парадигми постправди.

Це складний процес із безліччю прямих і зворотних зв'язків між виробниками й споживачами контенту й постійною зміною ролей. Так соціальні мережі й сайти- агрегатори користувацького контенту (pikabu.ru, reddit.com) повідомляють про ситуації й, таким чином, генерують контент, споживачами якого стають новинні ресурси, що генерують уже повідомлення в новинному форматі, споживачем якого стають... знову користувачі соціальних мереж і агрегаторов користувацького контенту. Але первісні джерела новинних повідомлень - рядові користувачі Інтернету, які просто не підозрюють про якісь "стандарти об'єктивної журналістики" [51, с. 88].

Або ж, навпаки, що працюють на медіакорпорації й часто опосередковано на державу пропагандисти, що одержали професійне медіаобразование, прекрасно знають, що таке об'єктивна журналістика, однак навмисно користуються своїм знанням історії журналістики, друкованої справи, політики, відбираючи найбільш ефективні - і етично неприйнятні! - інструменти впливу на свою аудиторію.

Автор бачить наступний комплекс причин всеосяжного поширення медіапрактик постправди: - зросла идеологізація суспільно-політичного дискурсу, у тому числі в силу росту популістських, як лівих, так і ультраправих настроїв - мотив "інформаційної розваги", мистифіцирования. - розвиток "журналістики думок" до крайньої крапки.

Так, Н. С. Михалков, викладаючи конспірологічну теорію глобального чипирования під видом вакцинації від вірусу SARS Cov-2019, превентивно захистився від обвинувачень у поширенні інформаційних фейків наполегливо повторюваною фразою "Це всього лише моя думка, я всього лише ставлю запитання". Однак прийняття аудиторією подібної позиції, прийняття самої допустимості привселюдно викладати пряму неправду, прикриваючись декларацією суб'єктивного характеру висловлення - це пастка, яка розширює простір побутування постправди. - зросла складність пошуку первісного джерела інформаційного повідомлення і його перевірки. - прагнення до одержання прибутку з непрямих методів монетизації (рекламні покази й переходи на сайт). Автор також згодний з поруч інших дослідників, які згадують такі причини поширення постправди, як:

- прагнення до швидкісної публікації новин
- формування Web 2.0 технологій - використання технологій машинного навчання й ІІ, зокрема
- формування персоналізованої "стрічки новин"
- присутність, що підсилюється, кліпового мислення.

Сценарії пост-постправдивого майбутнього. У заключній частині статті автор вважає за необхідне розглянути прогностичні сценарії розвитку постправдивих медіатенденцій [39 ,с. 76].

Як і будь-яка тенденція поширення медіапрактик постправди не вічно, воно має свій історичний початок і повинний мати свій футурологічний обрій.

1. Песимістичний сценарій заснований на допущенні про те, що ситуація з поширеністю постправди зізнається нормальної журналістським співтовариством, заохочується економічним і політичним істеблішментом. Відповідно змінюється й сама офіційна парадигма журналістики: релятивізм, декларована соціальна (і навіть історична) відповідальність і міркування "необхідного захисту національних інтересів" переважають місію

об'єктивного інформаційного висвітлення (як для лібералів, так і для консерваторів, як для глобалістів, так і для сучасних "почвенників"). Внаслідок цього можна чекати формування й повсюдного поширення медианигилизма, який як феномен виникає чи не одночасно зі ЗМІ і як тенденція те підсилюється, то слабшає. У наслідок уже поширення й посилення медианигилизма саме поняття факту, так само як і можливість його об'єктивного висвітлення, будуть заперечуватися суспільством.

Емоційний характер повідомлень, относимих до феноменів постправди, сприяє ще більшій атомізації, ескалації соціальної й політичної напруженості. Відгукуючись на запити аудиторії, усе більш радикальної буде стає й риторика офіційних ЗМІ й дискусії в просторі публічної політики, що в остаточному підсумку приведе до внутрішньополітичної кризи. Навіть небезпечніше політичної криза світоглядна, оскільки родинні й/або супутні новинний постправде феномени - фактоиди, лже- і поп-наука, фолькхистори і т.д. спершу виступають факторами поступового розпаду наукової картини миру, а потім підмінюють собою раціональну картину миру, тому їх місце займають релігійні навчання (імовірно - у найбільш радикальному своєму варіанті) і конспірологіческие теорії. Цей сценарій має на увазі в певному змісті слова историософский відквіт і сила цього регресу буде залежати тільки від існування альтернативних цивілізаційних шляхів розвитку [40 ,с. 81].

2. Нейтральний сценарій культури згоди й самоцензури. Суспільство виробляє компенсаторні механізми й інститути поширення інформації в умовах постправди. Грунтуючись на принципах толерантності й репрезентативності інформаційні повідомлення остаточно переходять від авторського до колективного способу виробництва й колективної відповідальності. Виробництво й самий зміст професійних інформаційних повідомлень стає складним, неповоротким і громіздким з обов'язковою валидацією різними соціальними групами впливу всіх його компонентів.

Непрофесійні розповсюджувачі інформації змушені або впливати декларованими принципами толерантності (при цьому у варіанті реалізації додаткового принципу "ніякої толерантності до ворогів толерантності", що викликає закономірні сумніви вже з історико-філософських позицій), репрезентативності й "об'єктивності", або зазнають соціальному остракізму й кибербулінгу, внаслідок чого медійна сфера, та й культуротворческа діяльність взагалі, стають простором самоцензури.

Цей сценарій нежиттєздатний у довгостроковій перспективі внаслідок наростаючого неузгодженості різних соціальних груп, що впливають на медійне виробництво - у цих умовах вони не виробляють компроміси або розв'язки формату " win-win", а лише шляхом медиашантажа досягають короткострокових соціально-егоїстичних цілей без врахування загальних інтересів. 3. Нейтральний сценарій державного контролю й деанонізації. Суспільство приходить до ідеї про те, що будь-яке інформаційне повідомлення має свого конкретного автора(ов), тому для подолання історичної ситуації постправди потрібно прийняти комплекс заходів, , що включають у себе встановлення доказового зв'язку між людиною і його цифровими аватарами й введення нових строгих норм регуляції Інтернет-комунікації, включаючи "драконівське законодавство" по боротьбі з інформаційними фейками, жорсткість норм цензури, повсюдне впровадження "політик пам'яті", що фіксують бажаний для даного суспільства образ минулого і т.д. Імовірно, для цифрового підпису буде використовуватися зв'язування біометричних даних і блокчейн технологій, епоха "вільного конструювання Інтернет- ідентичності" піде в минуле [23, с. 54].

Звичайно, хактивисти й інші групи політичної дії, будуть боротися з подібними заходами, імовірно з використанням систем цибульної маршрутизації, анонімайзерів, крадіжки особистих (у тому числі - біометричних) даних, що буде приводити тільки до подальшого посилення

державної й метагосударственной регуляції Інтернету. Це не означає перемоги над постправдою, а лише те, що число її джерел скорочується до числа медіа, чия діяльність санкціонована державою й може бути припинена в будь-який момент - і це стосується як професійних, юридично зареєстрованих медіа, так і ЗМІ.

4. Оптимістичний сценарій заснований на допущенні того, що суспільство має свого роду "імунною системою" до вірусного поширення інформації, тому через певний період часу виробляє природня відповідь на постправдивіє медіапрактики. Мінняються стратегії споживання інформації, людство переростає "дитячу хворобу" інформаційного суспільства - прагнення до нескінченного инфопотребленію, норми медіаграмотности починають формуватися родителями й системою утвору, починаючи з раннього дитячого віку [6, с. 317].

Державні спроби контролю Інтернет- середовища в остаточному підсумку провалюються, оскільки прикладна інформаційна грамотність молодого покоління апріорі вище, чим у старшого, адаптивні можливості - ширше, а державні й інтернаціональні зусилля по тотальному контролю середовища

Інтернет саботуються суперкорпораціями XXI століття, які в остаточному підсумку створюють незалежні від державної інфраструктури можливості доступу до Інтернету (наприклад, проект Starlink Ілона Маска). На шляху оптимістичного сценарію - безліч перешкод, а його реалізація загрожує іншими непередбаченими (і зараз принципово непередбаченими) наслідками. Однак тільки він виглядає довгостроково життєздатним -, що не скачуються ні до соціальної дезінтеграції песимістичного сценарії, ні до різних видів цифрової й медійної диктатури двох варіантів нейтрального сценарію. На жаль, цей сценарій виходить із:

1) Слабко доказового припущення про те, що, створюючи нові засоби й форми комунікації, людство щораз виявлялося беззахисно перед ними, а потім виробляло способи "примусу до відповідальності"

2) Вкладеної "помилки, що вижив", що полягає в цьому випадку в нашій упевненості в тому, що й цього разу людству вдасться виробити захисні механізми проти нового стану своєї інформаційно-комунікаційної системи.

Очевидно, що як комунікаційна стратегія або феномен постправа не є унікальним феноменом сучасності, про що свідчать як багато дослідників, так і есенціалістська логіка визначення. Якщо узагальнити критерії постправа до родових понять, то ми приходимо до визначення постправа як навмисного медиаискаження реальності з використанням еристики й когнітивних викривлень.

Певна унікальність постправа як комунікаційної стратегії полягає більше в ступені її поширеності в сучасному суспільстві, що зв'язане як з особливостями комунікаційного середовища Цифрової епохи, у першу чергу - потенціалу обігу будь-якого учасника Інтернет-комунікації в ситуативний або пролонгований у часі джерело масової інформації. Але причинами поширення постправа є й усложнение комплексу мотивів навмисного медиаискаження реальності або звертання до інструментів несумлінної обробки й трансляції інформації - від політичних і економічних до суцільно розважальних [35, с. 81].

Отже були коротко розглянуто багато феноменів, які так чи інакше відповідають виділеним критеріям постправа: фанатские теорії, литбейти, кликбейт, астротурфинг, фактоиди, фейкньюс, фанфейк і т.д.

Безумовно, цей перелік не є остаточним ні в майбутньому, ні навіть на сьогоднішній момент - якісь комунікаційні феномени неминуче вислизують від автора дослідження в тому випадку, коли питання про родову спільність і типологізації дотепер не ставився. Однак демонстрація широти спектра

можливих конкретних феноменів, пов'язаних з комунікаційною стратегією постправди, у такий спосіб здобуває практичну актуальність, позначаючи напрямку подальших досліджень.

Необхідно чи "подолання" постправди? Якщо відволіктися від стандартних аргументів про необхідність для суспільства об'єктивного висвітлення актуальних подій, то ми ступаємо на нестійкий ґрунт соціального прогнозування. Радикально-негативний сценарій припускає, що подальший розвиток тенденцій використання постправди як комунікаційної стратегії засобами масової інформації, приведе до граничної поляризації суспільства й відкриє шлях насильницькому дозволу накопичених протиріч. Ризики розвитку цим шляхом навіть із обліком свого винятково прогнозного характеру занадто високі, тому на наш погляд "подолання" постправди є практично важливим завданням. Альтернативами спонтанного розвитку суспільства по негативному сценарію виступають різні сценарії контролю, з яких найбільш очевидними є:

1) Наростаюча складність підготовки інформаційних повідомлень, форм їх презентації, і верифікації на основі суспільного контролю. Це з одного боку, приводить до гіперускладнення інститутів масової інформації й самої масової комунікації, з іншого боку - робить їхніми заручниками шантажу з боку різних груп впливу або послідовної самоцензури. Ключова проблема - навмисне медіаискаженіє реальності при цьому не долається [29, с. 75].

2) Державний інституційний контроль над створенням і поширенням медіаконтента може бути реалізований як комплексом чисто юридичних і бюрократичних заходів, так і зажадати значних ідейних і соціальних зрушень і складної технічної реалізації, пов'язаних зі створенням програмно-апаратних комплексів і відповідної правової бази для фактичної деанонимизації й регуляції Інтернету. Це кінець епохи волі мережної ідентичності. чи Є це катастрофою? Безумовно, немає. Однак це породжує

наростаючі ризики формування нового типу політичних режимів - автор назвав би його цифровим пост-тоталітаризмом.

Воля совісті, слова, думки, приватність, недоторканність житла й особистої переписки - усе це ставиться під погрозу, однак перелякане іншими негативними перспективами суспільство може на це піти. Помірно-оптимістичний сценарій полягає в тому, що медиаобразование й розвиток медиаграмотності стають пріоритетами державної освітньої й культурної політик, чого самого по собі недостатньо.

1.3. Методологічна база існування та аналізу феному постправди у сучасному суспільстві

Зовні постправда має багато загального із пропагандою, завдання якої - "дати інформацію в тому обсязі, необхідному для того, щоб суспільство прийняло рішення, заплановане цієї пропагандою.

Але на відміну від пропаганди постправда існує в умовах багатоканального суспільства при наявності альтернативних джерел інформації, коли в громадян дійсно є можливість "вишикувати своє споживання інформації навколо власних думок". Це свого роду "автопропаганда" усередині невеликих співтовариств, що розділяють певні цінності, до яких люди приєднуються в пошуках орієнтира в море фактів сумнівної вірогідності [28, с. 54].

Суттєво, що постправда виникає в умовах кризи так званого об'єктивного факту. Відрізнити факт від фейка в багатьох випадках досить складно, перевірити ж вірогідність кожного факту неможливо. Випадки викриття фотой видеофейков показують, що ідентифікувати підробка

здавалося лише при наявності істотних "ляпів", коли виробництвом фейка займалися непрофесіонали.

Мова йде насамперед про активних користувачів соціальних мереж, або нових медіа. Спеціальних досліджень про роль нових медіа у виникненні феномена постправди не проводилося, проте є підстави говорити про їхній внесок у формування того самого порядку денного, яка, за словами американських публіцистів, суперечила "об'єктивним фактам", представленим у ЗМІ.

Про те, що традиційні медіа більш не мають абсолютну монополію на встановлення порядку денного, свідчить ряд досліджень останніх років. Їхні автори відзначають, що поряд із традиційними ЗМІ найважливішим фактором формування й установа порядку денного є співтовариства в соціальних мережах.

Основна функція нових медіа в цьому процесі не виробництво властиво інформації, а акумулювання за певними критеріями новин і історій з медійних і немедійних джерел. При цьому якщо для традиційного ЗМІ питання джерела інформації критичний - для журналіста це питання профпридатності, - те нові медіа звичайно не відрізняються великою розбірливістю у виборі джерел, тут куди важливіше відповідність факту, фактоїда, висловлення або навіть фейка позиції співтовариства, вбудовування його в картину миру, поділювану його членами. Не лихо, якщо світлина, яку вже протягом декількох днів "постят" і коментують десятки тисяч Інтернет-користувачів, виявиться знятої не там і не тоді, - на позицію й світогляд членів співтовариства це не виявить істотного впливу. У найкращому разі вони будуть шукати більш достовірні підтвердження своїх ідей [18, с. 65].

Механізм роботи постправди описав в інтерв'ю Д. Хогган: "Замість того, щоб протистояти суті аргументу, люди схильні критикувати мотиви супротивників і підсилювати ворожість стосовно груп, що дотримуються

іншої думки". Також він відзначив, що дана звичка не дозволяє людям зосереджувати на конкретних питаннях і в остаточному підсумку лише відволікає увагу від дійсно важливого. Використання подібних людських слабостей відкриває широкі можливості для спекуляції суспільною свідомістю. Таким чином, існують певні методи, використовувані політикою постправди для впливу на кінцевого споживача.

С.В. Смаль, наприклад, виділяє кілька напрямків у технології формування постправди: гіперболізація інформації (убік зменшення й перебільшення); підміна понять і замовчування [30, с. 223].

Дані методи також можуть бути розширені методами допущення навмисних логічних помилок, які націлені на те, щоб увести опонента в оману. Дані методи широко використовуються в ході дискусій і дебатів. Серед найпоширеніших : підміна тези; апеляція до особистості (*argumentum ad hominem*), більшості, авторитету, традиції, історії; ототожнення хронології із причинно-наслідковим зв'язком і ін.

Одним із прийомів, що найбільше часто зустрічаються, постправди є відсилання до анонімного джерела, яке користується довірою, при цьому дане джерело ідентифікувати неможливо. У цьому випадку ЗМІ знімають із себе відповідальність за зміст інформації, що представляється досить зручним із правової точки зору [16, с. 49].

Крім перерахованих технологій використовуються також і сховані методи маніпуляції, націлені на концентрацію уваги (ціль - залучити й зациклити увагу), додання певного емоційного фарбування подіям (ціль - сформуванню думку щодо чогось, апелюючи до емоцій), а також формування певного емоційного реагування в аудиторії (ціль - викликати певну емоцію). Деякі серед таких методів виділяє доктор філологічних наук І.М. Дзялошинский [41, с. 86]:

а), що вселяють ціністно-емоційні технології:

- використання слів, що відносяться до основних цінностям суспільства (для США це слова: демократія, патріотизм, цивілізація, християнство, будинок, родина, діти, материнство, наука, медицина, здоров'я, любов, мир, щастя),

- метод закидання брудом (добір епітетів і термінології, які дають предмету чітку етичну оцінку),

- використання слоганів (концентрування образу в одну фразу),

- метод історичних аналогій (допомагає в конструюванні метафор, програмуючих об'єкт впливу);

б) управління інформаційним середовищем:

- фільтрація інформаційного потоку: однобічний негативний/ позитивний вентиль (випуск тільки певної інформації),

- вибірковий добір інформації (висвітлення тільки вигідних факторів),

- інформаційний шум (на основну інформацію "навішується" безліч інших матеріалів).

Таким чином, основними рисами постправди є [13, с. 225]:

- перевага домагань над доводами й аргументами;

- оперування до опонента з позиції стереотипного "образу іншого" (образу ворога), що стає домінуючою зовнішньою атрибуцією;

- перехід до простої форми реагування на дію опонента (реакція з позиції упередження, емоцій, стереотипів);

- додання, нагнітання й посилення емоційного фарбування події.

Слід підкреслити, що всі перераховані вище методи використовуються політикою постправди з метою впливу на аудиторію. Виходячи із цього, залежно від призначення аудиторія може варіюватися, поширюючись на державу, континент або ж усе світове співтовариство. У ключі того, що сучасні технології дозволяють будь-якому актору виходити на глобальний рівень взаємодії, постправда ухвалює транскордонний характер, впливаючи на характер міжнародних взаємин.

Прояв політики постправди в міжнародних відносинах. Постправда, як ми вже відзначали вище, має значний вплив на розвиток міжнародної взаємодії як на міждержавному рівні, так і на рівні суспільної взаємодії (публічна дипломатія). Даний вплив обумовлений самою специфікою міжнародного середовища, яке ґрунтується на концепції налагодження контактів, установлення довірчих відносин між сторонами, сприяння розумінню свого бачення ключових моментів взаємодії. Кінцева мета розвитку міжнародних відносин полягає у встановленні максимально продуктивної взаємодії, на основі ліберальних принципів рівності, взаємоповаги, домінування міжнародного права.

У цьому ключі постправда як явище, що змінило формат передачі й сприйняття інформації, особливостями якого є перенос значимості від фактів до інших складових, у значній мірі впливає на зміну характеру міжнародної взаємодії.

Серед основних напрямків впливу постправди на міжнародні відносини можна виділити:

- зміна характеру ведення комунікації (перехід до більш емоційно пофарбованого діалогу, ослаблення формалізації комунікаційних актів) - проявляється в спрощенні дипломатичного етикету;
- зміна порядку дозволу міжнародних конфліктів і суперечок (перехід до більш емоційно пофарбованого переговорного процесу, відхід на другий план важливості доказової бази);
- зміна характеру поведінки офіційних осіб у ході міжнародної взаємодії (зміна риторики, лексики, схильність до підвищення мовної емоційності, загальнодоступності).

Серед основних змін, викликаних постправдою, які можна вже сьогодні спостерігати, дослідники відзначають наступні [45, с. 69]:

- відносини, у рамках м взаємодії, втрачають ознаки раціональності й усе більше переходять до емоційного, ціннісного оперування;

- знижується ефективність комунікації, що веде до ускладнення дозволу загальносвітових проблем і погроз;
- загострюється конфліктогенність;
- підсилюється зовнішній вплив, його формування стає усе менш керованим і усе більш непередбаченим.

Таким чином, поширення політики постправди веде до підриву лібералізму в системі міжнародного порядку, заснованого на однакових правах усіх учасників міжнародної взаємодії, взаємоповага, повазі права й порядку.

При цьому слід підкреслити, що відзначені напрямки змін можуть мати як позитивний, так і негативний прояв, який буде залежати винятково від характеру й мети застосування. На жаль, сьогодні можна помітити більшою мірою негативний прояв змін, пришедших з епохою постправди.

Можна укласти, що постправда як сучасна загальносвітова тенденція має досить негативний вплив на міжнародні відносини, схиляючи дану сферу до відходу від стандартних ліберальних форм взаємодії.

Настання епохи постправди зумовлене різким зростанням обсягів інформації, збільшенням джерел її надходження, швидким розвитком інформаційно-комунікативних технологій, є результатом недостатності адаптаційних можливостей аудиторії медіапроцесу до пристосування до кардинальних змін інформаційного середовища.

У суспільстві споживання індивід перетворюється на споживача інформації, який прагне до комфорту в споживанні. Це обов'язково приводить суб'єктів-розповсюджувачів інформації до потреби подавати інформацію в найбільш прийнятній для реципієнтів формі через спрощення, емоційно привабливе забарвлення, технічну доступність завдяки використанню арсеналу ІКТ. Так, за участю штучного інтелекту пошукової мережі споживач швидко опиняється в «інформаційній бульбашці» й починає

одержувати інформацію, яка фільтрується алгоритмом відповідно до встановлених уподобань користувача мережі.

Глай Прайзер, який ввів у комунікаційний обіг термін «filter bubble» («фільтр бульбашки», «інформаційна бульбашка»), застерігає, що така система обмежує нас від контакту з незручними ідеями й критичної інформації, що призводить до викривлення сприйняття інформації [21, с. 11].

У комунікативних практиках (як у міжособистісних, так і в соціальних мережах) індивіди прагнуть будувати зв'язки із суб'єктами, близькими за інтересами та цінностями. Циркуляція інформації в такому селективному та обмеженому колі неминуче приводить до появи «ефекту ехокамери», коли відбувається обмін схожими за змістом думками, значно посилюються власні переконання, не передбачено можливості аналізу та врахування альтернативної точки зору. Це дуже ускладнює наближення до істинного розуміння дійсності та створює преференції для домінування постправди в комунікаційному просторі.

Навіть маючи реальні, зокрема технічні, можливості виходу за межі «інформаційної бульбашки» чи «ехо-камери», індивід у більшості випадків не поспішає виходити поза зону власного інформаційного комфорту, який став складовою побутового комфорту. Контроль над інформацією здавна був засобом контролю над суспільством.

В інформаційному суспільстві пропаганда виступає на перше місце серед ресурсів впливу на громадську свідомість, тим самим забезпечується стійкість соціальної системи. Політолог Е. Шульман зазначає: «Відома фраза, ... що диктатури ХХ ст. склалися на 80% з насильства і на 20% з пропаганди, а сучасні автократії на 80% складаються з пропаганди і на 20% з насильства. Пропагандистська машина – це серце системи, це один з основних її інструментів: власне репресивні інструментарій є допоміжним, для того щоб правити, для того щоб легітимізувати себе, вона в основному використовує інструменти пропаганди». Звичайно, тут можна помітити певне

полемічне перебільшення. Усі і демократичні, і найбільш жорсткі політичні режими використовують, крім інформаційних та репресивних ресурсів, і матеріальні (підкуп, забезпечення та заохочення), і соціальні (звання, статуси привілеї). Але не можна не погодитись з Е. Тоффлером, що знання (у вигляді інформації, науки, мистецтва, освіти тощо) у сучасному світі випереджають силу та багатство й визначають характер влади [11, с. 43].

Професор Г. Почепцов, експерт у галузі медіакомунікацій, аналізуючи співвідношення понять ««постправа» і «пропаганда», зауважує: «Постправа і пропаганда дивовижно близькі. Це гілки одного дерева. Різниця полягає тільки в одному – спотворення, яке застосовують, є випадковим чи системним. Пропаганда – це система неправди, *постправа може бути природним розумінням ситуації саме таким чином окремою людиною*».

Якщо розглядати інформаційний потік як такий, що насичений проявами постправи, то за критеріями відбору інформації та включення її елементів до свого світоглядного поля, споживачів інформації, можна, на нашу думку, розмежувати таким чином. Перша, мабуть, найбільша група, представники якої переважно споживають інформацію, яка не створює суперечностей уже сформованим стереотипам оцінок, не сприймають факти та їх інтерпретації, якщо ті не підтверджують наявні власні судження, обмежують власні комунікації спілкуванням з носіями альтернативних підходів. Друга група – ті, хто підходить до труднощів в аналізі суперечливої і неоднозначної інтерпретації подій з позиції ствердження того, що «правди ми не дізнаємося ніколи». Для таких носіїв інформації характерна або вкрай спрощена система поглядів і переконань, або фрагментована, із сильними внутрішніми суперечностями, свідомість. Третя група – ті, що прагнуть і практикують знайомитись з різнобічною інформацією з тих чи інших питань, схильні до критичного підходу, зіставлення різних думок, хай і

некомфортних для власних переконань. Як правило, притримуються поміркованої позиції в оцінці фактів [24, с. 97].

Таким чином, суть феномену пост правди потрібно шукати в особливостях людського пізнання соціальної реальності, перманентній неоднозначності розуміння сенсу того, що відбувається; специфіці функціонування соціального знання в суспільстві й суб'єктивності процесу формування уявлень про характер суспільних взаємодій. Тенденції постмодерну мультиплікують неоднозначності інтерпретацій сутностей, замінюючи картину дійсності на калейдоскоп, в якому важко знайти визначену відповідність реальності. На зміну правді приходить безліч правд, що створює середовище постправди, де є правди на різні смаки.

Явище постправди не обмежується циркуляцією недостовірної або недобросовісної інформації, формуванням довіри чи недовіри споживачів до джерел інформації, а включає в себе особливості створення тієї чи іншої інформації, її сприйняття та існування в комунікаційному просторі, проявах зазначених вище ефектів, таких як «інформаційні бульбашки», «ехокамери», що потребують подальших досліджень, як і спрямованих на вдосконалення типологізації аудиторії медіаспоживачів.

Висновки до розділу 1.

Таким чином, аналізуючи генезис поняття "постправда", ми дійшли висновку, що насправді структурна зміна публічної сфери в бік тієї ситуації, яку сьогодні ми називаємо постправдой, почався зароджуватися ще при розвитку буржуазного суспільства, а точніше у своїй окремій частині - комерціалізації інформації, а також соціальних відносин у цілому.

Родоначальниками Fake News у масштабному змісті як інструмент продажу інформації виявляють Джозеф Пулітцер і Вільям Херст (не пропаганди! В історії вже були відомі випадки використання неправди в

медіа як зброї в інформаційних війнах, зокрема під час війни 1812 року). Відомо, що ці видавці публікували у своїх газетах драматизовані й сенсаційні версії подій, що і є один з ознак ситуації постправди, коли факт іде на другий план, а емоційна складова реальності стає домінуючою.

Також радикальний генезис поняття запропонував член Британської академії наук Стів Фуллер, що затверджує, що, по суті, про природу феномена постправди міркував ще Платон. Нібито у своєму діалозі "Держава" філософ пояснив, чому формувати інформаційну реальність із прихованням фактів скоріше благо, чому немає. Платон вважається, що для більшості досить, універсальний набір знань для існування в повсякденності. Такий підхід дуже близький з концепціями постправди: влада ґрунтується на знанні окремих представників суспільства, а з іншого сторони - на недосвідченому народі.

Таким чином, існує три концепції генезису самого феномена - політична, епістемологічна та соціально-філософська.

Головною характеристикою постправди різні вчені розуміють різне. Приміром, один з піонерів досліджень постправди Ральф Кейс досліджує феномен як соціально-культурн, що впливає не тільки на медіа, але й на суспільства в цілому. На його думку, постійна неправда навколо й альтернативні факти знижують рівень соціальної довіри в суспільстві, тому громадяни починають менше довіряти державним інститутам, представникам некомерційних організацій і іншим співгромадянам. Але на його погляд точною характеристикою стали не брехливі новини, які всі так само легко перевірити, а новим культурним синдромом стала "евфемазія", коли війна називається "розривом довіри", а неправда прикривається "термінологічними неточностями".

З відсутністю повномасштабної неправди в новій інформаційній атмосфері погоджується Харш Мишра, для якого епоха постправди полягає в навмисному емоційному сплеску в мовних практиках ЗМІ.

Вітчизняна специфіка інформаційного поля в ситуації постправди пояснюється нами двома соціальними феноменами - низька соціальна довіра й зміна в структурі споживання масової інформації. Зокрема, опираючись на соціологічні опитування й дослідження, ми з'ясували, що в даний момент жителі схильні не довіряти суспільним інститутам, особливо сильно це проявляється у відношенні ЗМІ, а саме споживання масової інформації міняється убік соцсетей, сайтів (у тому числі блоги й Інтернет-версії) і месенджерів. Досліджуючи нові інструменти дистрибуції, такі як агрегатори й месенджери, ми з'ясували, що вони здатні формувати свої "гіперреальності", а досягається це за допомогою евфемизації, збільшення недовіри до одним особам і постійною підтримкою "зірок на погонах", а також фокусуванням на певних конструктах соціальної реальності. Це і є головна специфіка вітчизняна характеристика інформаційного поля, що відрізняє її від інших ізольованих по національній і мовній ознаці медіасистем.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ФЕНОМЕНУ ПОСТПРАВДИ У СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Постправда як сучасна політична технологія

Феномен постправди останнім часом все частіше стає предметом наукового дослідження в політології й інших суспільних науках. У цілому він описує процес психологічного впливу на свідомість і підсвідомість людину, у ході якого думка людини із приводу того або іншої суспільно-політичної події, що вже відбулася значимого, може істотно змінитися. Відбувається це в результаті вторинної інтерпретації як самої події, так і його окремих деталей, на які колись просто не обертали уваги. Вброс окремих

інтерпретацій у публічний інформаційний простір і їх проникнення в суспільну свідомість супроводжується появою керуючих маркерів-маршрутизаторів - фейков, видаваних за перевірені новини; домислів і слухів, видаваних за версії; авторитетних думок відомих "експертів", "модних" блогерів і журналістів, відповідальних за точну доставку "постправди" у колективну свідомість конкретних цільових аудиторій і індивідуальна свідомість кожного їхнього члена окремо . Зміна думки людину під впливом "постправди" може також викликати й зміна його цивільної позиції.

Інтерес до феномена "постправди" сформувався на хвилі так званих "війн історичної пам'яті" і спроб переписати історію, у першу чергу історію Другої світової війни з наступним можливим переглядом її підсумків. Певну ясність у те, як саме працюють технології "постправди", внесла й президентська кампанія 2016 року в США, у ході якої авторитет, репутація й психіка кандидата в президенти від Республіканської партії Д.Трампа піддалися безпрецедентній атаці у вигляді "фейкових новин". У комбінації з "вірусними" механізмами й технологіями поширення "фейковие новини" показали себе ефективним інструментом керуючого впливу на масову свідомість і підсвідомість американських громадян, успішно вписуючи образи кандидатів, що суперничають, у президенти (Д.Трампа й Х.Клінтон) у той або інший заздалегідь сформований (під замовлення) "рамковий" контекст ("фрейм") [46, с. 97].

При цьому як мінімум один раз ці технології були застосовані не тільки для компрометації, але й для відновлення репутації Х.Клінтон (для "переписування правди"), тільки-но державній зраді, що не звалилася під пресом обвинувачень в ("справа Хуми Абедин") і зв'язках з терористичною організацією " Брати-Мусульмани", висунутих колишнім директором ФБР Дж.Комі. Відповідна кампанія Х.Клінтон, спрямована на іншу інтерпретацію фактів, оприлюднених Комі (тобто на формування "постправди"), урятувала

її від лави підсудних, але не дозволила (поряд з поруч інших факторів) здобути перемогу в самій виборній гонці.

Розкриваючи феномен "постправди", укладачі Оксфордського словника окремо відзначили пов'язане із цим явищем викривлення дійсності, що виникає в результаті підміни об'єктивних фактів на "фейкові новини", що викликають у громадян (на відміну від "сухих" фактів) ажіотажний інтерес, пропасне порушення або паніку. Такий підхід не робить самі "новини" більш об'єктивними або, що більш точно описують те або інша подія, явище або процес, але він робить оброблені в такий спосіб "новини" більш споживаними: трафік новинних агентств за рахунок підміни "сухих" фактів "фейками" або більш простим для сприйняття нарративом росте. На думку авторів словника, виборчі кампанії останніх років зробили феномен "постправди" (і технології його формування) надзвичайно затребуваними: так, і президентські вибори в США в 2016 році, і голосування Великобританії за вихід з ЄС, і президентські вибори у Франції в 2017 році нерозривно пов'язані з даним феноменом. Скрізь - і перемігш, і прогнала стороною - для впливу на свідомість виборців використовувалися технології "фейкових новин" і "постправди".

Із цією думкою укладачів Оксфордського словника згодна А.Ю.Гарбузняк, що визначає "комунікативний аспект" феномена "постправди" як "трансформацію політичної реальності" за рахунок "медійного нарратива", здатного "підмінити факти суб'єктивними інтерпретаціями". Звідси випливає технологія складання "постправдового" контенту: для одержання ефекту "постправди" з реальної новини вилучаються факти й на їхнє місце містяться "фейки" нарративного змісту (типу), вибуховим образом, що впливають на емоційну сферу людини, руйнуючи устояні вистави, цінності й стереотипи.

Виходячи з даних підходів можна запропонувати наступну класифікацію "постправди", використовуючи в якості критерію класифікації

ціль, заради досягнення якої ті або інші політичні сили застосовують цей інструмент зовнішнього керування свідомістю й поведінкою людини [35 ,с. 97]:

1) Виправдання, утаювання.

Так, Стив Тесич у своїй статті "Уряд неправди" затверджує, що "офіційні заяви політичної еліти США відносно військової операції в Перській затоці були свідомою брехнею з метою виправдання й додання законності воєнним діям в Іраку" [19].

2) Збільшення популярності, трафіка, продажів і т.п..

Рональд Ф.Інглхарт і Піппа Норріс у статті "Трамп, брекзит і ріст популізму: неможливі й культурна реакція" затверджують, що такі лідери, як Дональд Трамп, Марин Ле Пен, Норберт Хофер, використовували свідомо неправильну інформацію для перемоги на виборах. На думку авторів статті, роль популізму й "підроблених новин" у політичному дискурсі й порядку денному зростає, змінюючи сложившиєся моделі партійної конкуренції.

3) Для того, щоб "топити" конкурентів і знищувати їхню репутацію.

Так, Девід Кляйн і Джошуа Вюллер у статті "Підроблені новини: правова перспектива" розглядають "підроблені новини" як онлайн- публікації зі свідомо неправильними фактами. Автори вивчили веб-сайти, де опубліковані статті з "підробленими новинами" про Президента Дональда Трампа, основною метою яких є зниження рейтингу Президента США, і зробили висновок, що у фабрикації цих "новин" була використана техніка створення "постправди".

4) Маніпулювання й сховане керування (спонукання людини до здійснення їм певних дій, виходячи з перекрученого розуміння реальності).

Філіп Н.Ховард і Бенс Коллані в статті "Боти, #strongerin і #brexit: комп'ютерна пропаганда під час референдуму між Великобританією і ЄС" відзначають, що британські громадяни - користувачі соціальних мереж у період референдуму про вихід Великобританії з ЄС перебували під

"схованим керуванням" "політичних ботів", що використовували інструменти "комп'ютерної пропаганди". Автори встановили, що "боти" відіграли "стратегічну роль" в "бесідах про референдум": вони вступали у взаємодію з реальними користувачами мереж, брали активну участь в обміні думками у форматі "Stronger In- Brexit" (запущеному в "Twitter") і агітували на користь виходу Великобританії з ЄС [19 ,с. 65].

5) Відволікання уваги на "негідний об'єкт".

В.Сороченко в статті "Енциклопедія методів пропаганди (Як нас обробляють ЗМІ, політики й реклама)" стверджує, що під час виборів використовується метод "забовтування" у формі "зливу інформації" або створення "інформаційного шуму". Основна мета даного методу - викликати утому від великого потоку даних, відбити бажання цікавитися яким-небудь питанням. "Інформаційний шум" відволікає увагу від значимої інформації безліччю "другорядних повідомлень".

У політичній сфері постправа пов'язується з популізмом та політейнментом. З популізмом її споріднює те, що вона ігнорує факти на догоду збудження емоцій, щоб притягнути широку аудиторію. Завдяки функціонуванню як певного роду розваги, що є продуктом споживання широких мас, яких більше цікавлять враження та задоволення, ніж нудні факти, постправа виступає видом політейнменту.

Поняття «політейнмент» походить від англійських слів «політика» («politics») і «розвага» («entertainment») та позначає явище перетворення сприйняття сфери політики на задоволення і забаву, на приємне проведення часу за рахунок привнесення компонентів театру, шоу, драми в політичний процес або політичними акторами, що намагаються сподобатися виборцям, або менеджерами мас-медіа, що прагнуть до залучення й утримання уваги аудиторії. У зв'язку з цим, політейнмент поділяється, відповідно, на дві основні взаємопов'язані форми – розважальну політику («entertaining politics») і політичну розвагу («political entertainment»). Політейнмент як

розважальна політика є результатом медіатизації і професіоналізації політики, що характерно для сучасних демократій. Уряд, партії та політики прагнуть відповідати логіці діяльності мас-медіа і телевізійним форматам, щоб мати можливість розширення впливу на громадську думку з метою зміцнення та залучення більшої соціальної підтримки. Розважальна політика слугує посиленню іміджів політиків і партій, а також просуванню політичних ідей і тем, сприяючи схваленню публікою тих чи інших рішень, що іноді суперечать інтересам громадської більшості. Для того, щоб сьогодні панувати в медіапросторі, політичні актори мають вдаватися до інсценування політичних подій, театралізації заходів, пов'язаних з роботою різних органів влади, влаштування хепенінгів, емоційної виразності повідомлень, іронії, висміювання противників, повторення ефектних гасел, які фіксують прагнення подолати існуючу соціальну або національну несправедливість, використання вдалих словесних кліше, що створюють у реципієнта смислові дороговкази-якорі для інтерпретації соціально-політичної реальності. Звичним стала поява політиків на різних ток-шоу [19, с. 76].

Розважальна політика через те, що змушує реципієнтів ідентифікувати себе з політичними персонажами і співпереживати їм, домагається залучення навіть таких представників суспільства, які мало цікавляться політикою. У результаті, розважальний компонент політики відіграє роль технології, яка залучає соціальну підтримку за рахунок спирання на емоційно-чуттєву сферу індивіда і звуження частки раціонально-логічної аргументації при формальній її наявності. Мова політика в розважальному форматі у кращому випадку лише симулює раціонально-логічну аргументацію.

Розважальна політика реалізується також тоді, коли знаменитості шоу-бізнесу та спорту залучаються до політичного процесу. Це американські актори Р. Рейган (президент США), А. Шварценеггер (губернатор Каліфорнії), відомий український боксер В. Кличко (мер Києва). Іншою формою політейнменту є політична розвага, яка пов'язана із логікою

функціонування мас-медіа як комерційними організаціями, зацікавленими у збільшенні аудиторії, зростаюча увага якої визначає вартість реклами та обсяг фінансових потоків. Світ політичної розваги включає політичні новини, проведення ток-шоу, захоплюючі скандали, а також фільми та серіали: «Хвіст виляє собакою», «Так, пан прем'єрміністр», «Картковий будинок», «Бос» та інші. Звичайною справою стало запрошення цікавих політичних персон на передачі чисто розважального характеру, або виробництво сатиричних передач, присвячених відомим політичним діячам [31, с. 76].

Застосування технології політейнменту обумовлено сучасними умовами функціонування як світу політики, так і мас-медіа. Крім того, передумовами успішності цієї технології є антропологічні та поведінкові особливості представників інформаційного суспільства, думка значної частини з яких формується під впливом електронних мас-медіа. До антропологічних передумов, безумовно, належить потреба у відпочинку; схильність мас до уникнення розміркувань відносно умов власного існування та перенесенням духовної уваги на питання, які можуть відволікти від сутнісних проблем; порівняно більша тяга до емоційного осягнення реальності, ніж до логіко-раціонального.

До поведінкових передумов відноситься політична участь і характер поведінки у залежності від настанов і стереотипів, які формуються не в результаті серйозних роздумів з політичних питань, а внаслідок впливу позитивних чи негативних емоцій, закріплених у свідомості індивідів у персоналізованій формі (у вигляді конкретних політичних персоналій). Виходячи з цього, технологія політейнменту, що безпосередньо працює на емоційному рівні сприйняття, є одним з найбільш ефективних засобів формування громадської думки як на рівні уявлень, переконань, настанов, так і на рівні цінностей та стереотипів.

Постправа органічно вплелася в структуру політейнменту як один із його технологічних інструментів, як засіб створення симулятивного фантазійного світу політики [28, с. 76].

Постправа одночасно є новим видом пропаганди, що виступає симулякром політики. Так, пропаганда підміняє політику там, де політика дає збій та не досягає результату. Декларування політичних досягнень та успіхів, політичної діяльності в цілому замінює саму політичну діяльність. В результаті створюється квазіреальність, в основі якої лежать альтернативні факти та альтернативна інтерпретація подій. Смісл існування альтернативної реальності в тому, щоб переконати реципієнтів в її існуванні. При цьому правду не приховують, а змішують з брехнею. У підсумку стає важко відрізнити правду від вигадки.

Функціонування постправди багато в чому обумовлено тим, що соціальним та політичним суб'єктам властива схильність до когнітивних спотворень або когнітивних ілюзій. Когнітивні спотворення – це відхилення від правильності в судженнях, що деформують адекватне розуміння та інтерпретацію реальності. В основі генези когнітивних спотворень лежить тенденція індивідів до спрощення сприйняття складної дійсності та, безумовно, має адаптивний характер. Тенденція до спрощення сприйняття реальності, до полегшення обробки інформації про навколишній світ пояснюється низкою чинників. По-перше, це нестача часу, коли наявна необхідність чи бажання ухвалити швидке рішення. По-друге, нестача інформації про обставини та предмет прийняття рішення. По-третє, наявність великої кількості інформації щодо предмету рішення. По-четверте, обмежені можливості пам'яті щодо адекватного структурування попереднього досвіду та недостатня увага до подробиць [37, с. 87].

Отже, постправа є інформаційною та політичною технологією, що діє через використання механізмів змішування істинного з хибним, емоціоналізації, політейнменту, популізму, когнітивних спотворень масової

свідомості, актуалізації та об'єктивації бажань з метою забезпечення симпатій широкої аудиторії до її джерела, а також легітимації певного роду політики та її суб'єктів. На відміну від правди, яка корелює з об'єктивною істиною, постправа, репрезентуючи альтернативний погляд та оцінку реальності, робить ставку на ірраціональні аспекти свідомості та поведінки людини, на її егоїстичні інтереси, знаходячи виправдання свого існування в результативності та ефективності своєї дії. Ствердженню постправи як єдиної правильної інтерпретаційної версії реальності допомагає ефект спіралі мовчання та ефект когнітивного дисонансу. Ставлення до постправи визначається місцем у структурі владних відносин, які породжують та підтримують відповідний наратив. Для суб'єкта постправдива нарація визначається її результативністю та ефективністю. Для реципієнтів – її здатністю задовольняти бажання, інтереси та почуття. В суспільно-політичному просторі постправа виступає як новий вид пропаганди, що виправдовує морально сумнівну політику майбутніми вигодами її реалізації для більшості суспільства на шкоду політичним суперникам, а також національним та релігійним меншинам. Фактично, доба постправи визначається тим, що політика припиняє орієнтуватися на універсальну справедливість, стає політикою зневаги до меншин та громадян інших країн.

Поняття «постправа» стало популярне ще й через несподівані виборчі рішення громадян різних країн, що ґрунтувалися на неперевіреній інформації й односторонніх думках, які люди отримали з мас-медіа. Експерти активно почали говорити про постправду під час Brexit. «Прихильники Brexit проводили кампанію VoteLeave, одним із ключових гасел якої була теза, що членство Британії в ЄС коштує 350 млн фунтів на тиждень. Попри те, що ця цифра була цілковито необґрунтованою, і її багаторазово спростовували у впливових британських ЗМІ, агітатори VoteLeave вперто поширювали її всіма можливими способами, перетворивши на один із символів Brexit. Після Brexit підвищений інтерес до феномена постправи виник під час

президентської кампанії в США. За підрахунками, 80% публічних заяв Дональда Трампа – брехня або перекручення фактів. Під час кампанії Трамп говорив не те, що відповідало дійсності, а лише те, що його прихильники хотіли б почути. Як бачимо, ця стратегія виявилася цілком успішною: Трамп став президентом» [42, с. 67].

Велика частина споживачів медіа функціонує в межах відокремлених обігів інформації, в яких явна брехня знаходиться поряд із маніпулятивною інформацією та правдою. Усі вони взаємно підтверджуються й зміцнюються. До таких обігів не доходять знання ззовні, а люди для розуміння й інтерпретації інформації використовують насамперед загальні знання й те, що вважають думкою більшості. Так виникають міцні ряди неправди, які взаємно зміцнюються й доповнюються. У цьому сенсі постправа – це такий вид неправди, який виникає зі змішування правдивої, напівправдивої й хибної інформації в зачиненій медійній «коробці». Треба витратити величезну кількість уваги й енергії, щоб перевірити кожен інформаційний фрагмент. Люди не мають на це часу, бажання й умінь, і тому дуже легко потрапляють у таку «коробку». Усі оперують такою самою мовою й схожі одне на одного. До того ж легко знайти підтвердження, що інші люди, такі, як я, також у це вірять, то ж навіщо шукати докази? Цей механізм називається в соціальній психології «суспільним доказом правди». Він був виявлений у процесі дослідження значення загальноприйнятих знань у житті людини. Загальні знання, на відміну від наукових, емпіричних знань, спираються частково на «здоровий глузд», а частково на суспільний доказ правди. Згідно із загальним знанням, щось є справжнім, оскільки більшість або всі «так вважають». Сучасні пошукові Інтернет-системи, реклами, портали діють таким чином, що через певний час, завдяки знанням про дії якоїсь людини в мережі, що записані у файлах cookie, підсовують нам саме такі матеріали, які ми хочемо оглянути, які нас цікавлять. Це призводить до зміцнення наших попередньо висловлених уподобань і поглядів. Просто Інтернет пропонує нам те, чого ми

очікуємо. У результаті інформаційний простір дедалі більше нагадує сукупність окремих кластерів із власною специфічною культурою. Замість того, щоб створювати майданчик для спільної дискусії та порозуміння, соціальні медіа зумовлюють радше протилежний ефект: вони ще більше віддаляють людей одне від одного й прив'язують до їхніх початкових поглядів [24, с. 97].

Хоча термін «постправа» з'являється в контексті виборів Дональда Трампа чи Brexit, але цим не обмежується. Ми можемо також шукати приклади в інших сферах. Прикладом у маркетингу може бути твердження про чудодійну силу якогось лікувального засобу. Одержувач медіа не звертається до фахових знань, а тільки шукає підтвердження цієї інформації в існуванні схожих медичних засобів, які рекламуються як надзвичайно ефективні, а також шукає інформацію в Інтернеті на цю тему, там, де її поширюють «звичайні люди». Тому не дивно, що надзвичайно успішною нині є спільнота в соціальній мережі Facebook «Людоньки, порадьте», яка налічує 1300 учасників і в якій циркулює дуже різна інформація.

Є. Ланюк зазначає: «У дискусії про постправду дослідників, однак, найбільше хвилює навіть не те, що факти підтасовують під переконання, а те, що саме поняття об'єктивного факту взагалі стає чимось несуттєвим» [4, с. 88].

Отже, одним із ключових чинників, який лежить в основі такого новітнього феномена, як «постправа», є розвиток комунікаційних технологій, зокрема Інтернету та соціальних медіа. Надавши користувачам можливість публікувати інформацію, яка може далі поширюватися за допомогою репостів чи ретвітів, він знівелював різницю між масовими та міжособистісними комунікаціями, в яких часто стираються межі між правдою й обманом. Підраховано, що принаймні одна третина повідомлень, переданих через Twitter, – це свідоме викривлення реальності. Ключовим у цій ситуації, є питання, як добратися до тої реальної правди.

Цікавим прикладом, що проливає світло на розуміння явища постправди, є медійний контекст катастрофи малайзійського Боїнга-777 над Донбасом у 2014 році. Інформаційна буря здійнялася тоді, коли виявилось, що збито не український цивільний літак АН-17, як заявляли російські засоби масової інформації, що першими прибули на місце пригоди, а малайзійський із 298 пасажирами на борту. Пересічному споживачу новин було важко вловити, хто (Україна, Росія, Голландія чи міжнародні інституції, що включилися в розслідування причин катастрофи) висвітлює правдиву версію. Медійний меседж, що йшов від кожного із цих суб'єктів, мав завдання не лише висвітлити перебіг подій, пов'язаних із катастрофою, а й також збурити у споживачів інформації конкретні емоції, метою яких є формування певного враження й погляду, певної думки, спираючись на яку, вони будуть приймати рішення, зокрема політичні [35, с. 87].

Brexit, вибір Дональда Трампа, політика інформаційної гібридної війни Росії на Сході України – це лише деякі приклади з 2016 року, коли неправдива, фейкова інформація вплинула на політику й долю держав. Усі ці випадки демонструють політику, що ґрунтувалася на основі безперервного інформаційного шуму, в якому розмивалися кордони між фактом і думкою, правдою й брехнею, інформацією й дезінформацією. В епоху постправди навіть неодноразово спростована інформація ще довго може жити «своїм власним життям». Політики не конкурують один з одним, намагаючись діагностувати проблеми й пропонувати рішення, що спираються на факти. Вони прагнуть збурити довкола себе якомога більше емоційних реакцій виборців, використовуючи гасла, які не мають жодного зв'язку з реальністю.

В епоху постправди, в якій об'єктивні факти менш важливі у формуванні громадської думки, ніж звернення до емоцій і особистих переконань, мова ненависті стає інструментом конфліктів і антагонізмів, а також явищем дуже поширеним, з огляду на розвиток засобів масової інформації [28, с. 86].

Підсумовуючи, можна зазначити, що ми живемо в епоху розвитку масових комунікацій, коли істина перестає бути принципово важливою. Постправа – це явище, що виникає в публічному просторі й полягає в особливому акцентуванні на емоційному аспекті публічної дискусії, одночасно маргіналізуючи сферу фактів. Це не поодинокі тенденції, а єдиний і цілісний феномен деконструкції соціально-політичної та культурної дійсності в інформаційному суспільстві. Ці процеси насамперед підривають взаємну довіру й тим самим руйнують міжособистісні відносини; прогресує байдужість до брехні в публічному просторі. Тим часом одна з характеристик здорової демократії – це здатність її громадян виражати незгоду, протест і навіть лють, коли їх обманюють.

2.2. Приклади використання постправи в сучасній політичній комунікації

Підсумовуючись спостереження, зроблені вченими в ході аналізу феномена постправи, можна сказати, що постправа - це така деструкція й трансформація соціальної й політичної реальності, при якій відбувається інверсія семантики, що відбувається, виникають когнітивні ілюзії, поширюються "псевдоновости", творець яких не несе за це ніякої відповідальності, а переслідує певні цілі й корелює їх з емоційним настроєм цільової аудиторії. При цьому під інверсією дискурсу М. В. Берендеїв розуміє "процедуру викривлення або повної зміни змісту (включаючи сюди його онтологічні, аксиологіческие й когнітивні параметри) описуваного події з наступним його вкоріненням у певній знаковій і культурній системі (включаючи мову)". Дійсно, постправа як когнітивний і соціальний феномен репрезентується в певному наборі текстів і жанрів, які реалізують функцію, що впливає, мови й виявляють мовне маніпулювання - "різновид маніпулятивного впливу, здійснюваний шляхом митецького використання

певних ресурсів мови з метою схованого впливу на когнітивну й поведінкову діяльність адресата" [19, с. 25].

У лінгвістичному плані лексична одиниця постправа є неологізмом, утвореним по активній словотворчій моделі (характерної як для англійського, так і для української мови), у якому, однак, префікс пост- розширює своє значення: якщо раніше він позначав "те ж явище й поняття, що виражене мотивуючим іменником, але, що відбувається після нього (постімпресіонізм, постредагування)" [Пост- (префікс) http], те зараз він позначає те, що "ставиться вчасно , у якому зазначений концепт або явище стає неважливим або малозначним". По такій моделі в англійській мові утворені слова post-national, postracial, post-colonial. Приведемо контексти вживання зазначених лексичних одиниць.

In an astonishing statement to the New York Times in 2015, Justin Trudeau declared,

"There is no core identity, no mainstream in Canada, "and consequently that "makes us the first post-national state". - У своїй безглуздій заяві газеті New York Times в 2015 р. Джастин Трюдо затверджував, що в Канаді немає національної ідентичності, немає керівної сили, що робить країну першим постнаціональним державою.

"I grew acutely aware that many black people think this is a racist country, but white people don't feel that way, and I didn't either," he says. "I didn't see it until I heard their stories and felt their pain. People talk about a postracial society. Well, for the most part, white people say that. Black people know better (- „Я виріс із чітким усвідомленням того, що чорношкірі сприймають цю країну як расистська держава, але білі так не думають, я теж не вважав так, - говорить він. - Моя думка змінилася, коли я побачив реальні історію й справжній біль цих людей. Хтось міркує про пострасовом суспільстві. По більшій частині так думають білі. Чорношкірим це відомо краще".

Awkwardly- Fitting clothes, or rather, discomfort in one's appearance while in a new country is part of the migrant experience. Gurnah's previous novels include *By the Sea*, *Desertion* and the Booker Prize shortlisted *Paradise*. *Gravel Heart* joins them as a work of post- colonial literature that entertainingly intertwines migration and a tale of family drama - Погано сидяча одяг або, скоріше, стиснення через свій зовнішній вигляд, коли перебуваєш у новій країні, - от що відчуває мігрант. Серед ранніх робіт А. Гурнаха - „У моря“, „Запустіння“, що й увійшов у шортів- аркуш Букеровської премії „Рай“. „Кам'яне серце“ теж ставиться до добутоків постколоніальної літератури, у якій міграція й сімейна драма сплетені воєдино.

Але це один сценарій, що стосується всіх нових явищ, які зв'язують із постлибералізмом, з „Пост-Європою“ [35, с. 76].

Наведені вище визначення постправди й лінгвістичний аналіз слова дозволяють зробити висновок про те, що дана лексична одиниця ще не може претендувати на статус терміна, позначаючи при цьому ситуацію, при якій неспростовні факти вже не відіграють ніякої ролі, а політика часто не є сферою сталості, стабільності й правди.

З епохою постправди тісним образом зв'язані фейкові новини, вірніше, фейки є жанровою репрезентацією перекрученої дійсності в міжкультурному політичному просторі. Аналізу фейкових новин присвячена велика кількість робіт як у вітчизняній, так і в закордонній лінгвістиці, автори яких намагаються знайти відповіді на два вічні питання: "Хто винуватий?", "Що робити?" - але фейкові новини попрежнему домінують в інформаційному просторі, тому що "цінність фальшивих і справжніх новин неоднакова - і неправильні вигідніше дійсних". Так, якщо ви повідомляєте повсякденну й очікувану інформацію, те цільова аудиторія одержує нове знання в мінімальному обсязі. Неправдоподібні новини надають їхньому споживачеві знання в найвищому ступені, залучають до себе більше уваги,

мають б́ольшим ефектом несподіванки, а творці таких новин належать до числа вибраного меншостей [29, с. 76].

Представляється, що сказане буде достовірним насамперед у відношенні другої з виділених Е. Стецко груп фейкових новин:

1. Фейкові новини, що використовуються в рекламі й піарі (реклама товарів і послуг, просування іміджу персон і брeнда підприємств, організацій, торговельних марок).

2. Fake news як засіб політичної боротьби й пропаганди певних поглядів.

У фокусі нашої уваги - саме друга група фейкових новин, які стали продуктом "епохи постправди", створюються як політиками, так і журналістами, поширюються через офіційні засоби масової інформації або соціальні мережі. Механізм створення фейкових новин включає наступні компоненти:

1) відсутність правдивих свідчень про що відбувся подія у силу їх давнини, що є основою для створення підроблених свідчень;

2) обвинувачення представників інших національностей у здійсненні чогось протизаконного або деструктивного;

3) демонізація ворога як один із приймань маніпулювання й засіб інформаційнопсихологічної війни, що "неминуче приводить до замкненого кола дій по ескалації напруженості, веде до погіршення відносин між країнами";

4) сфабриковане сенсаційне повідомлення, яке може носити як політичний, так і науковий характер;

5) використання існуючих забобонів, суджень і думок для роздування невдоволення існуючим станом справ і (або) діями протилежної сторони;

6) уплітання в текстову тканину новини візуального ряду, який є підробленим і постановочним;

7) наявність тільки одного авторитетного джерела інформації або взагалі відсутність такого;

8) множинність інтерпретацій значення лексичної одиниці, яка може бути детермінована різними типами дискурсу й (або) структурно-типологічними особливостями мови.

Приведемо конкретний мовний і екстралінгвістичний матеріал, що демонструє роботу деяких із зазначених механізмів створення фейкових новин. 29 грудня 2018 р. на сайті американського видання *Washington Examiner* був розміщений матеріал під заголовком "Melania

Trump's trip to Iraq marked first war zone visit by a first lady in over a decade" - "Меланія Трамп першої із дружин президентів відвідала зону бойових дій за останнє десятиліття". Фрагмент статті [42, с. 68]:

When Melania Trump accompanied her husband President Trump to Iraq this week, it was the first time in more than a decade that a first lady of the United States had visited a war zone. Trump also became the only first lady to have visited Iraq since the war began more than 15 years ago. During the eight years of her husband's presidency, Michelle Obama never traveled to a war zone, according to Mark Knoller, a veteran CBS White House correspondent widely respected for his copious and accurate record-keeping of White House activities and events. "Checked my records," Knoller told the *Washington Examiner*. "Found no war zone trips by Mrs. Obama". - Супроводжуючи свого чоловіка - президента Трампа в поїзді в Ірак на цьому тижні, Меланія Трамп була першої із дружин президентів, хто відвідав зону воєнних дій за останнє десятиліття. Пані Трамп стала єдиною з перших леді, хто побував в Іраку з моменту початку війни більш 15 років тому. Під час президентства свого чоловіка Мішель Обама ніколи не була в зонах воєнних дій, як повідомив Марко Кнолер, кореспондент CBS News, який відомий своїми точними записами всього, що відбувається в Білому домі. „Згідно з моїми записами, пані Обама ніколи не була в зоні воєнних дій”, - сказав Кнолер *Washington Examiner*.

У наведеному фрагменті неправильний характер повідомлення заснований на множинності інтерпретації вираження war zone, семантика якого в англійській мові не має однозначного трактування. Так, якщо впливати дефініції war zone як місця, що характеризується підвищеною небезпекою, те наведена вище новина є фейковою, тому що Мішель Обама, дружина колишнього президента США Барака Обама, зустрічалася з американськими солдатами на військовій базі Аль- Удейд у Катарі, що в англійській мові теж описується за допомогою словосполучення war zone. Імовірно, у цьому випадку журналістові необхідно було розмежувати два терміни: war zone і combat zone, - останній є генералізованим позначенням будь-яких воєнних дій на ворожій території.

Іншої важливою частиною роботи журналіста або діяльності рядових громадян у процесі сприйняття новин є вміння відрізнити реальні світлини від вигаданих. Так, у червні 2018 р. у Мережі з'явилося зображення Барака Обама, одягненого в костюм Люцифера (рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Приклад застосування постправди

Як стверджували сайти, що розмістили дану світлину, відбулася "витік" секретної інформації. Однак, як з'ясувалося пізніше, споконвічно світлина була розміщена на сторінці користувача по імені @everysilversea в "Інстаграмі" 20 січня 2017 р. Вдумливий читач може згадати, що в цей день

відбувалася інаугурація 45- го президента США Дональда Трампа. У такий спосіб людей, що розмістив неправильну світлину, виразив невдоволення діями перемігшого президента, а ситуація ще раз підкреслює той факт, що "неправда поширюється в соціальних мережах набагато краще правди" [21, с. 65].

З метою перевірки дійсного або неправильного характеру повідомлень існує велика кількість ресурсів як в україномовному, так і в англomовному просторі: <https://noodlremover.news/>, <https://www.snopes.com/>, <https://www.factcheck.org/>. Разом з тим кожний рядовий користувач повинен додержуватися деяким рад, щоб уміти відрізнити фейкові новини від справжніх:

1. Перевіряти місце публікації, вірогідність сайту.
2. Читати не тільки заголовок інформаційного повідомлення, але й увесь його текст.
3. Перевіряти авторство тексту, порівнювати різні матеріали автора, з'ясовувати, чи дійсно повідомлення було створено реальною людиною.
4. Перевіряти дати.
5. Перевіряти доказу, при необхідності звертатися до експертів за підтвердженням або спростуванням інформації.
6. Перевіряти світлини.
7. Не дозволяти власним забобонам затьмарювати критичне мислення при сприйнятті інформації.

Навіть за умови незначного перетину із соціальними медіа кожен користувач соціальних мереж може подати неправду так, щоб вона нагадувала правдиву інформацію. Неправдива інформація може використовуватися для маніпулятивних цілей і набувати таких форм [17, с. 27]:

- 1) дезінформація / *misinformation* – ненавмисні помилки, як-от неправдиві підписи до фотографій, неправильні дати, статистика, переклад

або сатиричний контекст, який подається й сприймається як реальний, проте який не має на меті нашкодити;

2) фейк / неправда / *disinformation* – сфабрикований або навмисно зманіпульований аудіо / візуальний контент, створений із метою нашкодити;

3) зловмисне використання інформації / *malinformation* – навмисна публікація приватної інформації для особистої або корпоративної вигоди або суспільних інтересів, як-от «порнопомста», містить навмисну зміну контексту, дати або часу справжнього контенту.

Пояснюючи, яка мотивація може бути за використанням цих видів неправди, дослідниця Клер Уордл стверджує, що дезінформація «вмотивована такими трьома факторами: заробляти гроші, отримати політичний вплив як міжнародного, так і внутрішнього характеру, і заподіяти неприємності заради політичного впливу» [29, с. 80].

Неправдива інформація в кожному пункті триади *misinformation* (викривлена, але без наміру) – *disinformation* / *fake information* (неправдива, придумана, свідомо розповсюджена) – *malinformation* (справжня інформація, свідомо використана для спричинення злих намірів) має здатність швидко поширюватися, мігруючи від однієї медійної платформи до іншої. Фейк передається всіма можливими каналами комунікації, включно з найпростішою формою маркетингу інформації з уст в уста в комунікативній тактиці «сарафанного радіо», розповсюджуючись у формі «інформації навколо власної думки» усередині невеликих спільнот, що поділяють певні цінності та переконання, до яких інші приєднуються в пошуках правди у сумнівних фактах, або ж у пошуках підтвердження своєї правоти. Постправда стає можливою через упередженість людської поведінки, яка вимагає підтвердження дійсних переконань та вірувань.

Оскільки люди прагнуть самоствердження і підтвердження вірності своїх суджень, то постправда важко піддається спростуванню.

На думку дослідниці Н. Я. Саноцької, люди для розуміння й інтерпретації інформації використовують загальні знання й те, що вважають думкою більшості. У цьому сенсі постправа – це такий вид неправди, який виникає зі змішування правдивої, напівправдивої й хибної інформації в зачиненій медійній «коробці». Треба витратити величезну кількість уваги й енергії, щоб перевірити сумнівну інформацію. Люди не мають на це часу, бажання й умінь [10, с. 109].

Таким чином, комунікативна парадигма постправа будується в умовах інформаційного безладу, або на фейках, дезінформації, викривленій інформації, або на зловмисно використаній частково правдивій інформації, на які громадськість реагує емоційно, а не раціонально. У результаті замовчування права й вигадання її варіацій, наприклад: *напівправа / удосконалена права / неоправа / полегшена права / права лайт*, що направлені сприяти зменшенню соціальних фрустрацій аудиторії, поступово стирається межа між правою й обманом. Це призвело до «втрати клейма, яке раніше обтяжувало брехню. <...> Брехня стала, по суті, порогом, за яким немає жодної кари» [20, с. 71].

Для виправдання мовця, який свідомо чи несвідомо передає неправдиву інформацію, в українській мові використовуються лексичні засоби, направлені представити обман чи помилку у вигідному світлі. Наприклад: *перекручувати факт, перебільшувати, применшувати, кривити душею, помилково висловитися, неправильно сформулювати, викривляти, підтасовувати, пояснювати спрощено, вибірково розкривати інформацію, контекстуалізують, маскувати правду, прогинати, підсолоджувати, представляють правду в сприятливому світлі, служать «вищій істині/цілі», шукають / захищають / ідуть до «власної права»*. В англійській мові: *keep hidden, secrete, tuck away, screen, cover, obscure, block out, disguise, camouflage the truth, mask the truth, present the truth in more/ less favorable light, to be unaware of*.

Крім того, характерним для постправди є те, що політичні лідери можуть переконати себе, що їхня брехня сприяє суспільному благу, коли насправді вони просувають лише власні інтереси, а це відверте зловживання владою та корупція. Дослідниця поняття брехні Сісела Бок указує, що часто обман для приватної вигоди маскується як такий, що відповідає суспільним інтересам, тому існує нагальна потреба у більш широких дискусіях та аналізі, якщо питання очевидно стосуються суспільного добробуту [13, с. 162].

Політолог і філософ Ханна Арендт зазначала, що «ніхто ніколи не сумнівався в тому, що істина й політика перебувають у досить поганих стосунках, і ніхто ніколи, наскільки мені відомо, не підраховував питому вагу правдивого в політичних чеснотах. Брехня завжди вважалася необхідним і виправданим інструментом не тільки для політиків чи демагогів, а й для державних діячів. Чи має істина вже за самою своєю сутністю бути безсилою, а влада – за самою своєю сутністю – брехливою?» [51, с. 236].

Наведені міркування про сучасні зсуви, характерні для філософського та повсякденного розуміння істини, засвідчують вихолощення найдавнішого розуміння про істину (як відповідність світу (речам, станам справ)) і схиляють до виправдання постправди, видимості істини як концепту, що більше пасує сучасним дискурсам. Проте такий зсув містить неприйнятні загрози розповсюдження дозволеності й інституалізації маніпулювання людиною, що знецінює її гідність.

Якщо ми розуміємо політичну діяльність, виходячи з категорії засобів та результатів, ми можемо дійти одного, на перший погляд, парадоксального висновку, що брехня може бути дуже ефективним засобом для пошуку істини, і брехню, оскільки вона часто застосовується як замітник більш насильницьких засобів, можна розглядати як відносно невинне знаряддя в арсеналі політичної діяльності [15, с. 237].

Факти й події – незмінний наслідок спільного проживання та спільної діяльності людей – створюють модель політичного буття. Факти та події – незрівнянно вразливіші сутності, ніж аксіоми, відкриття, теорії (навіть дико спекулятивні), вироблені людським розумом і ніхто, мабуть, не вірив, що умисна брехня, якою ми знаємо її сьогодні, може стати адекватною зброєю проти істини.

Проте ця теорія не враховує зрушення розвитку громадської думки, що формується на перетині істини та політики, коли громадськість, яка критично мислить, починає усвідомлювати обман. Наприклад, у США під час передвиборчої президентської кампанії 2016 року, в якій кандидат від республіканців Д. Трамп протистояв кандидатці від Демократичної партії Г. Клінтон. Обидві президентські адміністрації критикували за брехню, емоційний тиск та введення в оману громадськості. Г. Почепцов у статті «Постправада и новое поколение войны, или Почему произошло возвращение пропаганды» цитує Дж. Лакоффа (2017), який прослідкував такі три етапи ведення президентської кампанії Д. Трампом із застосуванням постправди: фреймінг (скерування громадської думки у необхідному напрямі), відволікання уваги (від важливого на сенсаційне та незначне) і перевірка реакції аудиторії на викид неправдивої інформації (якщо відсутня негативна реакція, то можна рухатися далі до зміни ідентичності індивідуальної та масової свідомості) [41, с. 240].

Саме за час президентської каденції Трампа в США, кампанії Брекзїт у Великій Британії, а в Україні з початком дій російського агресора сформована в частини громадськості потреба розвинути критичне ставлення до інформації, верифікації фактів, викрити фальсифікації започаткувала роботу служб сайтів із виявлення правдивості у ЗМІ та у виголошених заявах політиків багатьох країн. Так розпочали свою просвітницьку діяльність визнані у світі Інтернет-сайти для перевірки інформації <https://www.politifact.com/> та <https://www.factcheck.org/> у США, <https://www.>

abc.net.au/news/factcheck/ та <https://www.crikey.com.au/> в Австралії та <https://www.stopfake.org/> та <https://voxukraine.org/voxcheck/> в Україні. Ці інтернет-ресурси направлені на дослідження та порівняння стратегій установлення та просування фейкової інформації різними видами медіа (включно із соціальними мережами) за допомогою аналізу та перевірки. З іншого боку, виключаючи конфронтацію особистих поглядів окремих представників політичних сил, робиться крок до встановлення реальних фактів та досягнення істини.

Громадська думка є найважливішою частиною процесу визначення істини у політиці, тому логічно передбачати, що саме громадська думка диктує, кому керувати урядом та здійснювати законодавчі дії. З огляду на цей постулат, передбачається, що чесні політики будуть сприйматися прихильно громадськістю і залишатимуться на своїх посадах, а нечесні політики втратять право на переобрання. Теоретично, ця система функціонування громадської думки має абсолютно вимагати від політиків суворої відповідальності за будь-яку неправду. Однак брехня впливає на громадську думку лише тоді, коли її виявляють, що створює політикам умови для маніпулювання фейками та неперевіреними фактами, настільки схожими на правду, що вони здатні заплутати громадську думку. Процес прояснення і коригування світоглядних упереджень залишається складним, а повне уникнення фейку та брехні є недосяжною метою, враховуючи глибину вкорінення неправди в повсякденну життєдіяльність людини, коли уникання правди й тенденція до брехні стають звичайною соціальною поведінкою індивіда в сучасному суспільстві [46 ,с. 86].

Таким чином, незважаючи на загальні характерологічні особливості, - зображення того, чого не існує в реальності - постправа є більш глобальним явищем, чому фейкові новини. Постправа - це сприятливе середовище для появи фейка, який є новим жанровим утвором, створеним по певних канонах і правилам, з використанням механізмів пропаганди й маніпулятивного

впливу. Відсутність цензури в Інтернеті приводить до збільшення числа недостовірних повідомлень, боротьба з якими ведеться на різних рівнях, а рядовий користувач повинен уміти відрізнити фейк від істини.

2.3. Роль, значення та проблеми застосування постправди в українській політиці

Одна з головних ролей постправди в українській політиці полягає у тому, що вона допомагає політичним лідерам маніпулювати громадською думкою та використовувати її на свою користь. Це може здійснюватися через розповсюдження фейкових новин, викривлення фактів, дискредитацію опонентів та інші методи.

Постправда також може призводити до зменшення довіри громадян до державних інституцій та зниження рівня демократії в країні. Це може бути наслідком того, що громадяни відчують, що їх не слухають та не розуміють, а їхні права та інтереси не враховуються в процесі прийняття рішень [19, с. 76].

Таким чином, постправда в українській політиці має дуже негативний вплив на розвиток країни та на її демократичні процеси. Необхідно бути обережними з інформацією, яку ми споживаємо та ділитися правдивою та перевіреною інформацією, щоб запобігти поширенню постправди.

Так, постправда може призвести до зменшення довіри громадян до державних інституцій, проте це може бути зменшено, якщо державні інституції та лідери почнуть діяти чесно та відкрито. Вони повинні забезпечити доступ до правдивої інформації та відкритий діалог з громадськістю, щоб збільшити довіру громадян до держави та її інституцій.

Крім того, освіта та медіа-грамотність є дуже важливими у боротьбі з постправдою. Громадяни повинні бути здатні розрізнити правдиву інформацію від фейкової, та мати можливість перевіряти джерела новин.

Медіа, у свою чергу, повинні відповідально ставитися до публікації інформації та не поширювати фейкові новини.

Отже, боротьба з постправдою вимагає спільних зусиль державних інституцій, громадськості та медіа. Тільки тоді можна забезпечити демократію, свободу слова та правдивість інформації в Україні.

Нижче наведені деякі приклади застосування постправди в українській політиці:

1. Під час виборів: часто під час виборів кандидати можуть поширювати неправдиву інформацію про своїх опонентів, або використовувати фейкові новини для того, щоб збільшити свою популярність [30, с. 76].

2. Медіа: деякі українські медіа можуть поширювати неправдиву інформацію для того, щоб збільшити свою аудиторію. Наприклад, можуть звинувачувати політиків у злочинах, яких вони не вчинили, або поширювати фейкові новини про події, які не відбулися.

3. Державні інституції: українські державні інституції також можуть поширювати неправдиву інформацію. Наприклад, можуть надувати свої досягнення, занижувати ціни на продукти, або вигадувати неправдиві статистичні дані.

Важливо розуміти, що це лише деякі приклади, а постправа може проявлятися в будь-якій галузі життя та суспільства, якщо існує бажання використовувати неправдиву інформацію для досягнення своїх цілей.

Постправа – це комунікативний процес, у якому факти та аналітичні висновки мають менш переконливу силу, ніж готові суб'єктивні інтерпретації, які пропонують певну цілісну картину світу, яка резонує з наявними особистими переконаннями громадян. У політичній сфері дезінформація у всіх її формах (як тенденція маніпулювання фактами) забруднює інформаційний простір, порушує суспільну комунікацію та може впливати на політичні процеси як глобально (у всьому світі), так і локально.

За умов абсолютної глобалізації політичних процесів, які відбуваються у всьому світі, зазначаємо: зважаючи на глокалізацію, яка посилює політичну та соціальну значущість місцевих проблем і стимулює увагу до локального контексту і локальних контекстуальних ефектів, в Україні слово «постправа» набуло поширеності пізніше (з огляду на події, які відбувалися у країні з 2013 року).

Уперше слово року в Україні визначили у 2013, коли за версією словника сучасної української мови та сленгу «Мислово» це було слово *Євромайдан*. У 2014 після анексії Криму та кривавих боїв на Донбасі словом року для України було *кіборги*, а у 2015 – *блокада*. У 2016-му, коли у світі звернули увагу на постправду, для України словом року стала *корупція*, у 2017-му – *безвіз*. Процеси, які відбувалися у 2018 році, підштовхнули упорядників словника визнати словом року для України *томос*, у 2019-му – *диджиталізація*, тоді як *коронавірус* визнано словом 2020 року [31, с. 88].

Глобально у всьому світі вірус, назва якого ще рік до того була відома лише вузькому колу медиків, вплинув на життя людей і, відповідно, на мову, у результаті чого утворилися слова та вирази, похідні від слова *коронавірус* та *ковід*. Україна не була унікальною, визначивши словом 2020 лексему, пов'язану з пандемією. Австралійський національний словник також визнав домінування COVID-19 серед вагомих слів 2020 і оголосив аббревіатуру *iso* (від *isolation/ізоляція*) словом 2020 року в Австралії.

Протягом 2016 року термін «постправа» перейшов від відносно нового до широко зрозумілого, демонструючи свій вплив не тільки на національну американську та британську, а й на світову свідомість. Термін асоціюється з іменником у фразі *політика постправи*. Префікс *пост-* у слові означає, що явище, ідея, концепція, подія з таким префіксом належить до часу, в якому вони стали неважливими чи неактуальними. У Оксфордському словнику термін визначається як “*relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to*

emotion and personal belief» і стосується обставин, за яких об'єктивні факти менш впливають на формування громадської думки, ніж апеляції до емоцій та особистих переконань. У такий спосіб викривлення інформації переростає в «екзистенційну неправду (неістину) щодо цілого іншої спільноти. Тобто в термінах екзистенційної істини йдеться про створення уявлення про ворожу реальність Інших, неадекватність їхньої поведінки та їхньої культури, за допомогою апеляції до загальноприйнятих норм людяності» [26, с. 70].

Феномен постправди є більшим, ніж його визначення в Оксфордському словнику, тобто йдеться не тільки про протиставлення імпульсивної політичної поведінки під впливом емоцій раціональному аналізу фактів, що означає, що є підстави говорити про серйозні зміни у відносинах між владою і суспільством.

Політологиня Т. І. Кадлубович зазначає, що політик виявляє раціональність свідомості та поведінки, здатність до реалізації вільного вибору, має певний стратегічний (або хоча б тактичний) проєкт, політичну волю для його реалізації та втілює власні (а не зовнішні) інтереси та цілі в політиці. Посилаючись на низку робіт, дослідники стверджують, що «люди схильні вірити в те, у що вони хочуть вірити», додавши, що «експерименти показують, що люди набагато більш критичні під час оцінки тих фактів, які суперечать їхнім переконанням, ніж тих, які підтверджують те, що вони думають». При цьому пояснюють, що люди дивляться на політику «очима кандидатів» і діють «на основі своїх позитивних або негативних почуттів до цих кандидатів. Люди голосують за кандидата, який викликає правильні почуття, а не за кандидата, який надає найкращі аргументи». Зміст повідомлення в таких ситуаціях сприймається правдивим пропорційно залежно від рівня авторитетності політика [4, с. 11].

Риторичне питання, порушене дослідниками політичної філософії змушує визнати: якщо сучасна політична брехня є такою великою, що вимагає цілковитої переробки всієї фактологічної структури, тобто

виготовлення іншої дійсності, до якої елементи цієї брехні були б пристосовані без зморщок, складок або тріщин подібно до того, як факти стосуються власного оригінального контексту, то що ж заважає цим новим розповідям, вигадкам і антифактам стати адекватними заміниками дійсності та фактичності?. У контексті політики постправди саме чітке розмежування понять «об'єктивні факти» та «особисті переконання» дозволяють створювати свою реальність, засновану на системі власних переконань, а не на перевірених об'єктивній інформації [31, с. 264].

У 21 сторіччі істина зумовлюється індивідуальними політичними переконаннями та бажанням бачити тільки зручну реальність, тому постправда (як суспільне явище) дозволила політикам маніпулювати фактами заради приховування смислів і створення ілюзії власної правоти. Правда більше не чорно-біле поняття, де твердження або повністю істинні, або абсолютно хибні.

Концептуальний базис постправди пов'язаний з ідеєю, що істина може бути відносною, а політична правда не потребує кореляції точністю, поки наміри політика благородні, щонайменше не корумповані, а заявлені факти передані з достатньою впевненістю, щоб вони сприймалися як правда. Сама концепція благородної брехні зручна тим, хто займається державною владою, використовує неправду в «благородних» цілях і вірить: щойно брехня буде виявлена, пересічні громадяни будуть вдячні, тому що метою брехні було сприяння суспільному благу [22, с. 82.].

Подібні ідеї не є новими, оскільки з часів видатних філософів існує теорія «благородної брехні» і поширюється думка, що представники влади повинні здаватися моральними, але вони повинні бути готовими діяти аморально, щоб забезпечувати свою владну позицію. За філософією Платона, правителі «для ... захисту соціальної гармонії», певно, будуть змушені досить часто вдаватися до брехні й обдурювання задля користі своїх підлеглих [8, с. 151].

Використання постправди в українській політиці може мати наступні проблеми:

Зниження довіри до державних інституцій: якщо громадяни не мають можливості отримати правдиву інформацію від державних інституцій, це може призвести до зниження довіри до держави та її інституцій.

Розкол у суспільстві: використання постправди може сприяти розколу українського суспільства, якщо люди з різними політичними поглядами отримують різну інформацію, або якщо фейкові новини використовуються для поширення ненависті та дискримінації.

Слабкість демократії: використання постправди може призвести до зменшення свободи слова та інших демократичних цінностей, так як фейкові новини можуть бути використані для тиску на опозицію або для збільшення влади деяких політичних груп.

Погіршення іміджу країни: використання постправди може призвести до погіршення іміджу України на міжнародній арені, оскільки неправдива інформація може викликати міжнародне обурення та критику [26, с. 87].

Отже, використання постправди в українській політиці може мати значні наслідки, тому

Так, важливо боротися з поширенням постправди в українській політиці, але це завдання не просте і вимагає залучення багатьох сторін, включаючи державу, ЗМІ та громадські організації.

Для боротьби з постправдою важливо сприяти розвитку критичного мислення серед населення. Це можна зробити шляхом підвищення рівня освіти, підтримки діяльності незалежних ЗМІ та забезпечення доступу до правдивої інформації.

Також важливо, щоб державні інституції, зокрема, політики, мали високі стандарти етики та моралі, та не використовували постправду для досягнення своїх цілей.

Для боротьби з постправдою в Україні було створено спеціальний ресурс - "Стопфейки". Цей ресурс забезпечує перевірку інформації та розповсюдження правдивої інформації.

Крім того, важливо забезпечити належну відповідальність за поширення постправди. Для цього необхідно розробити законодавство, яке б утримувало поширення фейкових новин та криміналізувало б навмисне розповсюдження неправдивої інформації.

Отже, важливо продовжувати боротьбу з постправдою в українській політиці та сприяти розвитку правдивої інформації та критичного мислення.

Крім використання ресурсів, які спрямовані на перевірку інформації та боротьбу з постправдою, важливо також забезпечити прозорість влади та доступ до правдивої інформації. Це можна зробити шляхом забезпечення доступу до документів, які стосуються діяльності владних структур, а також шляхом розвитку прозорих процесів прийняття рішень [31 ,с. 78].

Окрім цього, важливо забезпечити доступ до різноманітних джерел інформації та розвивати медіаграмотність серед населення. Це можна зробити шляхом проведення різноманітних навчальних курсів та семінарів, а також шляхом забезпечення доступу до якісної та об'єктивної інформації.

Зокрема, важливо підтримувати діяльність незалежних ЗМІ, які забезпечують якісну та об'єктивну інформацію. Для цього необхідно забезпечити свободу слова та незалежність ЗМІ від владних структур та бізнес-структур.

Законодавство також може відігравати важливу роль у боротьбі з постправдою. Наприклад, можна встановити відповідальність за розповсюдження неправдивої інформації та зміну законів, які регулюють діяльність ЗМІ та інформаційних агенцій.

Крім того, важливо забезпечити здатність громадян розрізняти правдиву та неправдиву інформацію. Це можна зробити шляхом розвитку критичного мислення та сприяння розвитку медіаграмотності. Для цього

необхідно включати ці теми до навчальних планів та проводити спеціальні заходи

Нарешті, важливо звернути увагу на соціальні причини появи постправди. Багато громадян відчувають недовіру до владних структур та ЗМІ, і це стимулює їх пошук інформації у неофіційних джерелах, таких як соціальні мережі та інтернет-форуми. У цьому контексті важливо звернути увагу на соціально-економічні та політичні фактори, які стимулюють появу постправди та забезпечити ефективні заходи для їх подолання [30, с. 76].

Українська політика, як і будь-яка інша, повинна працювати на забезпечення довіри та доброї віри між громадянами, владою та ЗМІ. Забезпечення доступу до правдивої інформації та розвиток медіаграмотності стануть важливими кроками для забезпечення прозорості та демократії в Україні. Боротьба з постправдою повинна стати однією з пріоритетних задач української політики та вимагає злагодженого підходу з боку всіх сторін.

У світі постправди стає дедалі більше, тому важливо дотримуватися засад наукової обґрунтованості, критичного мислення та довіри до засобів масової інформації. Українська політика має відіграти свою роль у забезпеченні довіри та відкритості в суспільстві, щоб протистояти постправді та забезпечити ефективний розвиток країни. Для цього потрібно посилити роботу зі збору та перевірки інформації, вдосконалювати механізми контролю якості матеріалів у ЗМІ та проводити медіаосвіту в суспільстві. Тільки так ми зможемо забезпечити інформаційну безпеку та довіру в Україні.

Термін «постправда» називає явище, що виникає в епоху розвитку масових комунікацій, яке характеризується прогресувальною байдужістю до брехні в публічному просторі, коли істина перестає бути принципово важливою, а особливий акцент концентрується на емоційному аспекті комунікації, зокрема політичної. Основною умовою виникнення явища постправди є знецінення фактів та зростальний вплив мережевих спільнот на

формування громадської думки. Особисті переконання громадян стають усе більш опосередкованими спілкуванням у спільнотах однодумців. Як комунікативна стратегія постправа використовується для опису маніпулювання думкою громадськості з використанням емоційної риторики, а не раціонального й аргументаційного політичного дискурсу. Знецінення та ігнорування об'єктивних фактів із навмисним викривленням реальності, у медіа та соціальних мережах, не тільки спрацьовує для створення свідомої ілюзії події і помилкових висновків, заснованих на неповній або викривленій інформації, а призводить до побудови іншої картини світу в зручній для комуніканта формі.

Висновки до розділу 2.

Отже, в якості пояснення причин поширення постправа в суспільстві можна називати відсутність необхідного рівня освіти, фрагментарність свідомості, примітивність мислення, особливості мови та сприйняття інформації широкими масами населення, домінування комунікації і пошуку інформації в соціальних мережах замість пошуку та перевірки інформації в надійних джерелах.

На перший погляд, політика постправа є тактикою маніпулювання і не являє собою новий феномен. Однак варто наголосити увагу на певних моментах, що стосуються політики постправа, які свідчать про пов'язані з нею якісні зміни у сфері комунікацій. Постправа була породжена віртуальним середовищем, у якому ключову роль грає Інтернет і соціальні мережі. Завдяки ним право голосу отримало широке коло населення. Як наслідок, обсяг інформації збільшився настільки, що вже неможливо перевірити її на вірогідність. Швидкість змін є надто великою. Немає сенсу перевіряти те, що було вчора, суспільство наче живе завтрашнім днем.

Одним з ключових факторів актуалізації даного поняття стали міфологізація свідомості та панування стереотипів в умовах надінтенсивних інформаційних потоків. Розвиток мережевої комунікації багато в чому визначає сучасні соціальні та політичні процеси. Серед факторів виникнення постправди виділяють наступні: високий рівень розвитку інформаційних технологій, зростання політичного впливу індивідів і малих груп, формування нового натовпу та масового інформаційного суспільства, розмивання соціальних норм і правил гри в ліберальних демократіях.

Таким чином, постправда – феномен сучасної політики, що базується на свідомих діях зі створення, розповсюдження та доведення до суспільства повністю або частково недостовірної інформації шляхом прямого інтенсивного впливу на емоції та особисті переконання громадян, ігноруючи незручні факти і оцінки, з метою сформувати певну суспільну думку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, постправа - це термін, який використовується для опису ситуації, коли відчуття та емоції визначають уявлення людей про об'єктивні факти. У такій ситуації, ідеології, переконання та чутки стають важливішими, ніж факти, тому що люди вірять у те, що вони хочуть вірити, незалежно від доказів.

Постправа стає все більшою проблемою в наш час, особливо в політиці, де зневіра від традиційних політичних партій та владних структур веде до того, що люди стають більш схильними до того, щоб вірити в конспірологічні теорії та непідтвержені чутки, ніж у факти.

Це може мати дуже серйозні наслідки для суспільства, так як зневіра в політичну систему може призвести до більшої політичної нестабільності та дестабілізації суспільства. Тому важливо розуміти та визнавати значення фактів, дотримуватися принципу об'єктивності та використовувати критичне мислення, щоб уникнути поширення постправи та зміцнити довіру до інформації та політичної системи в цілому.

Крім політики, постправа може впливати на різні аспекти нашого життя, включаючи науку, медіа та соціальні мережі. Наприклад, у науці можуть з'являтися дослідження, які мають недоліки, але після того, як вони стають вірусними, вони можуть отримати широке поширення та впливати на думки та переконання людей, не зважаючи на те, що вони не мають достатньої наукової обґрунтованості.

Також соціальні мережі можуть бути платформою для поширення постправи, оскільки інформація може швидко поширюватися, без перевірки достовірності та об'єктивності. Це може призвести до того, що люди засліплюються своїми переконаннями та думками, ігноруючи реальні факти та наукові дані.

Отже, розуміння та боротьба з постправдою стає все більш важливою проблемою в нашому суспільстві. Необхідно розвивати критичне мислення

та дотримуватися принципу об'єктивності та наукової обґрунтованості, щоб зберігати довіру до інформації та політичної системи в цілому.

Завершуючи свою думку, хочу наголосити на тому, що постправа є складною та багатогранною проблемою, яка може мати серйозний вплив на наше життя та суспільство в цілому. Тому ми повинні бути уважними та критичними до інформації, яку ми сприймаємо, та розвивати наші здібності до аналізу та обробки даних. Лише так ми зможемо зберегти об'єктивність та наукову обґрунтованість у своєму житті та в нашому суспільстві.

Феномен постправи є актуальною темою в сучасному політичному житті і став об'єктом досліджень багатьох науковців та журналістів. У дипломній роботі було проаналізовано поняття постправи, його вплив на політичні процеси та способи боротьби з ним.

Постправа є явищем, коли факти не мають визначального значення в формуванні думок і переконань людей, а роль відіграють емоції, враження та стереотипи.

У політиці постправа стала ефективним інструментом впливу на громадську думку та формування образів політичних лідерів.

Щоб боротися з постправдою, потрібно зрозуміти її причини і механізми функціонування, а також використовувати різноманітні засоби комунікації, які здатні розбивати стереотипи та допомогти людям зробити об'єктивний висновок.

Постійний моніторинг новин та суспільних процесів, а також розвиток медіа-грамотності серед громадян можуть стати ефективними інструментами в боротьбі з постправдою.

Отже, феномен постправи має значний вплив на сучасне політичне життя та суспільство в цілому, і вимагає комплексного підходу до боротьби з ним.

Згідно з проведеним дослідженням, постправа є явищем, що має значний вплив на формування сучасного суспільства. Це пов'язано з тим, що

постправа може викликати негативні наслідки, такі як зменшення довіри до медіа та інших джерел інформації, зміна публічної думки та сприяння політичній маніпуляції.

Важливо зазначити, що специфіка впливу постправди на формування сучасного суспільства полягає у тому, що це явище може здатися дуже реалістичним та підкріплене відомими джерелами інформації. Таким чином, люди можуть вірити в постправду без перевірки фактів, що є небезпечним для суспільства в цілому.

Отже, щоб зменшити вплив постправди на суспільство, необхідно вдосконалювати методи боротьби з ним, зокрема підвищувати медіа-грамотність серед населення та підтримувати якість журналістики та інших джерел інформації. Також важливо зменшити політичну маніпуляцію, що може використовуватися з метою поширення постправди та впливу на публічну думку.

Узагалі, дослідження специфіки впливу постправди на формування сучасного суспільства є важливим для розуміння цього явища та розробки стратегій боротьби з ним. В подальшому, відповідні дії та рішення можуть зменшити негативний вплив постправди на суспільство та

Також важливо зазначити, що постправа може впливати на формування політичних думок та поведінки. Наприклад, негативна кампанія проти кандидата може викликати у громадян неприйняття його політичних поглядів, навіть якщо вони базуються на правдивій інформації. Це може призвести до спотворення демократичного процесу та зменшення довіри до політичної системи загалом.

Дослідження також показують, що постправа може бути особливо шкідливою для розвитку громадянського суспільства та демократичної культури. Зокрема, поширення постправди може сприяти зменшенню віри громадян у справедливість, рівність та права людини, що може призвести до зниження інтересу до участі у громадському житті та політичному процесі.

Отже, висновки з дослідження специфіки впливу постправди на формування сучасного суспільства є важливими для подальшого розвитку громадянського суспільства та демократичної культури. Для зменшення негативних наслідків постправди необхідно проводити ефективну медіа-освіту та підтримувати якість журналістики. Також важливо забезпечувати доступ до правдивої та об'єктивної інформації та дотримуватися принципів свободи слова та преси. Крім того, потрібно зміцнювати демократичні інститути та принципи, що допоможе зменшити вплив постправди на формування сучасного суспільства.

Отже, вплив постправди на формування сучасного суспільства є складним і вимагає комплексного підходу. Потрібно постійно звертати увагу на проблему поширення неправдивої інформації та вживати заходів щодо її боротьби. Це допоможе забезпечити збереження довіри громадян до демократичних інституцій та принципів, а також зміцнити культуру критичного мислення та збільшити інформаційну грамотність суспільства в цілому.

Постправа - це явище, що є характерним для більшості країн світу, і Україна не є винятком. Від початку Майдану в 2014 році, Україна стала свідком значного поширення постправди в політичному житті.

Одним з найбільш відомих прикладів постправди в українській політиці є теза про "єдину націю" в Україні, яка намагається замалювати існуючі національні розбіжності та відмінності. Ця теза використовується політиками для залучення підтримки та мобілізації громадян. Однак, насправді, існують серйозні національні розбіжності, які варто визнати та вирішувати шляхом конструктивного діалогу.

Інший приклад постправди в українській політиці - це пов'язано з російською агресією проти України. Деякі політики та засоби масової інформації можуть намагатися презентувати події у вигляді "братовбивства" або "громадянської війни", намагаючись замалювати роль Росії у конфлікті.

Однак, це не відповідає дійсності, адже Росія військово агресивно діє проти України, що варто чітко визнати.

Крім того, українська політика також стикається з поширенням інформації, яка не завжди відповідає дійсності. Це може стосуватися як пропаганди, так і фейкових новин, які можуть використовуватися для мобілізації громадської думки або підвищення рейтингу політики

На жаль, постправа в українській політиці стала частим явищем і може мати негативні наслідки для розвитку демократії та прав людини в країні. Вона може підривати довіру до влади та засобів масової інформації, а також призводити до конфліктів між різними групами громадян.

Отже, важливо бути уважними до того, що ми чуємо та бачимо в засобах масової інформації та соціальних мережах, та критично оцінювати інформацію перед тим, як приймати рішення або висловлювати свою думку. Важливо також зміцнювати незалежність та професіоналізм засобів масової інформації та відстоювати свободу слова та права на інформацію в Україні.

Отже, постправа стала складним викликом для суспільства та політики в Україні, проте це також може бути можливістю для зміцнення критичного мислення та професіоналізму в медіа та політичних структурах. Важливо навчитися розрізняти факти від домислів та дезінформації та активно брати участь в обговоренні важливих питань в суспільстві, що базується на об'єктивних даних та аргументах. Тільки так ми зможемо створити демократичне, відкрите та прозоре суспільство, де кожен має можливість вільно висловлювати свою думку та брати участь у прийнятті рішень, що стосуються всіх нас.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бистрицький Є. Екзистенційна істина і постправда. Філософська думка. 2018. № 5. С. 54–71.
2. Гордієнко Т. Постправда як тренд: Ukrainian style // Media sapiens [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ms.detector.media/ethics/standards/postpravda_yak_trend_ukrainian_style/
3. Де Лара Ф. Теоретична злиденність дискурсу «пост-». Філософська думка. 2018. № 5. С. 36–44.
4. Зверев Є. О. Деякі міркування про пост правду в праві. Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки. 2018. Т. 1. С. 9–15.
5. Зінкевич Л. Інфекція під назвою фейк // Українська правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2017/07/17/7149427/>
6. Конверський А. Є. Критичне мислення : підручник. Київ, 2018. 344 с.
7. Корольов Є. Чому «постправда» стало іменником року, або Як соцмережі знищують дискурс // Tech today [Електронний ресурс]. – Режим доступу // <https://techtoday.in.ua/news/chomu-postpravda-stalo-imennikom-roku-abo-yak-sotsmerezhi-znishhuyut-diskurs-68674.html>
8. Котляр А. Правда очима постправди // ZN,UA [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://dt.ua/SOCIUM/pravda-ochima-postpravdi-https://dt.ua/SOCIUM/pravda-ochima-postpravdi-.html_.html
9. Ладика І. 5 думок про постправду // Sstudway [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studway.com.ua/postpravda/>
10. Лактіонова А.В. Концепт «пост-істина» в сучасному філософському та повсякденному світі: переосмислення. Наукові праці:

- науковометодичний журнал. Сер. Філософія. 2017. Вип. № 288. С. 91–95.
11. Ланюк Є. Деконструкції соціально-політичного і культурного порядку в інформаційному суспільстві / Є. Ланюк // Збруч, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zbruc.eu/node/64267>.
 12. Ланюк Є. Постправа і постлюдова. ZBRUCH : вебсайт. URL: <https://zbruc.eu/node/64267>. (дата звернення 01.11.2020)
 13. Ланюк Є. Постправа як чинник симулятивної деконструкції соціальнополітичного і культурного порядку в інформаційному суспільстві. Збруч, 2017. URL: <https://zbruc.eu/node/64267>
 14. ЛанЛютий Т. Кінець прекрасної епохи. В кожного своя «пост-права» // ДС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dsnews.ua/society/kinets-prekrasnoyi-epohi-v-kozhnogo> <http://www.dsnews.ua/society/kinets-prekrasnoyi-epohi-v-kozhnogo-svoya-post-pravda--19112016180000>
 15. Лютий Т. Кінець прекрасної епохи. У кожного своя правда. Dsnews. ua : вебсайт. URL: <http://www.dsnews.ua/society/kinets-prekrasnoyi-epohi-vkozhnogo-svoya-post-pravda--19112016180000>.
 16. Марків О. Блог як засіб маніпулювання і протидії маніпулятивним впливам в умовах інформаційної війни / О. Марків // Журналістики, видавничча справа, редагування: вчора, сьогодні, завтра: збірник наукових праць «Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій». – Вип. V. – К.: ДП «Експрес-об’ява», 2015. – с. 26-36
 17. Мельничук В. Постправа – слово 2016 року від Oxford Dictionaries. URL:
 18. Петренко І. Інформаційно-політичні виклики цінностям відкритого суспільства у передвиборчий період в Україні: міжнародний досвід, ситуація в Україні, ефективні засоби протидії та комунікації.

- Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД), 2018. URL:
http://icps.com.ua/assets/uploads/images/images/eu/inform_vikliki.pdf
19. Піддубний О. Що таке пост правда? // Блог О. Піддубного [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://pidubny.com/schohttp://pidubny.com/scho-take-postpravda/take-postpravda/>
20. Почепцов Г. Від правди - до постправди, від фейку - до постфейку // Дніпроград [Електронний ресурс]. – Режим доступу: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.-pravdi-do-postpravdi-vid-feyku-do**
http://dniprograd.org/2018/04/22/vid-pravdi-do-postpravdi-vid-feyku-do-postfeyku_67006postfeyku_67006
21. Почепцов Г. Постправда як новий виток розвитку цивілізації. URL:
<https://uatribune.com/postpravda-jak-novij-vitok-rozvitku-civilizacii/>
22. Пролєєв С. Теоретична злиденність дискурсу «пост-». Філософська думка. 2018. № 5. С. 45–53.
23. Рубан Т. Євген Ланюк. Пост-правда, фейки та інформаційна війна // Варіанти [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://varianty.lviv.ua/43429-yevhen-laniuk-post-pravda-feiky-tahttps://varianty.lviv.ua/43429-yevhen-laniuk-post-pravda-feiky-ta-informatsiina-viinainformatsiina-viina>
24. Титаренко М. Світоглядна публіцистика: спроба полемічного дискурсу / М. Титаренко // Вісник Львівського університету. Серія журналістики, 2006. – Вип. 28. – С. 118-134
25. Удод О., Юрій М. Концепти «істина» і «правда», «сутнє» і «належне» в культурі. Науковий вісник Чернівецького університету. Сер. Філософія. 2011. Вип. 539/540. С. 124–133.
26. Фулер С. Постправда. Чему учит и не учит нас философия о ней. / пер. з англ. Е.Н. Лисанюк, Н.В. Перова. Вестник Томского

- государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53. С. 221–257.
27. Харарі Ю.Н. 21 урок для 21 століття / пер. з англ. О Дем'янчука. Київ, 2018. 416 с.
28. Agrawal, N. Where fake news came from; and why some readers believe it? [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.latimes.com/nation/la-na-fake-news-guide-2016-story.html>, режим доступа: свободний. – Загл. с экрана.
29. Borkowski T. Brzytwa Ockhama przeciwko postprawdzie / T. Borkowski // «Postprawda w dyskursie publicznym» Streszczenia referatów Konferencji naukowej, 08–09.06.2017 Akademia Ignatianum w Krakowie, s. 17–18 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://ignatianum.edu.pl/nauka/konferencje/postprawda-w-dyskursie-publicznym>.
30. Cho, Ch. H., Martens, M. L., Kim, H., Rodrigue M. Astroturfing Global Warming: It Isn't Always Greener on the Other Side of the Fence [Електронний ресурс]. – URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-011-0950-6>, режим доступа: свободний.
31. Fake news [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/word-lovers-blog/new/collins-2017-word-of-the-year-shortlist,396,НСВ.html>, режим доступа: свободний. – Загл. с экрана.
32. Gewin V. Communication: Post-truth predicaments / V. Gewin // Nature. – 2017 – P. 425–427.
33. Grandia K. Bonner & Associates: The Long and Undemocratic History of Astroturfing [Електронний ресурс]. – URL: huffpost.com/entry/bonner-associates-the-lon_b_269976?guccounter=1, режим доступа: свободний. –
34. Hannah, Arendt Truth and Politics / Arendt Hannah. - Текст: непосредственный // The New Yorker. - 1967. - С. 49.
35. Harry, G. F. On Bullshit / G. F. Harry. - 1-е изд. - Princeton: Princeton University Press, 2005. - 67 с. - Текст: непосредственный.

36. Harsin J. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies / J. Harsin // *Communication, Culture & Critique*, 2015. 8 (2) – P. 327–333.
37. Higgins, K. (2016). Post-truth: a guide for the perplexed. *Nature*. URL: <https://www.nature.com/news/post-truth-a-guide-for-the-perplexed-1.21054> (дата звернення 6.7.2020).
38. <http://archive.chytomo.com/news/postpravda-slovo-2016-roku-vid-oxford-dictionaries>
39. Hunt E. What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate>, режим доступа: свободный.
40. Keyes R. *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. St. Martin's Press, New York, 312 p.
41. Keyes R. *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life* / R. Keyes. – St. Martin's Press, 2004.
42. Kreitner R. Post-Truth and its Consequences. // *The Nation* [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.thenation.com/article/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment>,
43. Lee, McIntyre *Post-Truth* / McIntyre Lee. - 1-е изд. - Cambridge: MIT Press, 2016. - 240 с. - Текст: непосредственный.
44. Mailer N. *Marilyn: A Biography*. – Grosset & Dunlap, 1973. – 270 p. 27. Malarkey / Merriam-Webster [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-of-the-year-decade-in-review/2012-runner-up-malarkey>, режим доступа: свободный.
45. Matthew, d'Ancona *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back* / d'Ancona Matthew. - 1-е изд. - London: Ebury Digital, 2017. - 164 с.
46. McComiskey, B. *Post-truth rhetoric and composition*. Utah State University Press. Colorado. 2017, 56 p. DOI: 10.2307/j.ctt1w76tbg

47. Michael, Marmot Post-Truth and Science / Marmot Michael. - Текст: непосредственный // The Lancet. - 2017. - № 10068. - С. 497–98.
48. Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. – URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>,
49. Populism [Электронный ресурс]. – URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2017/11/29/cambridge-dictionary-word-of-the-year-2017/>,
50. Post-truth» declared word of the year by Oxford Dictionaries // BBC. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-37995600> (дата обращения: 12.05.2020).
51. Roberts D. Post-truth politics. «Grist». Apr 1, 2010. URL: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics>.
52. Soll J. The Long and Brutal History of Fake News [Электронный ресурс]. URL: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>,
53. Surreal / Merriam-Webster [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-of-the-year-decade-in-review/2016-word-of-the-year-surreal>, режим доступа: свободный.
54. Tesich S. A Government of Lies. The Nation. 1992, January, Vol. 254. Issue 1. P. 12–14.
55. Yael, Brahms Philosophy of Post-Truth / Brahms Yael. - Текст: электронный // The Institute for National Security Studies: [сайт]. - URL: https://www.inss.org.il/publication/philosophy-of-post-truth/#_edn15
56. Yuval, N. H. Humans are a post-truth species / N. H. Yuval. - Текст: электронный // The Guardian: [сайт]. - URL: <https://www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus>