

Инфодемия, фалшиви новини и постистина

Силвия Маргаритова Петрова
Югозападен университет „Неофит Рилски“
e-mail: petrova.silvia@abv.bg

Infodemic, Fake News and Post-truth

Silvia Margaritova Petrova
South-West University 'Neofit Rilski'
e-mail: petrova.silvia@abv.bg

Резюме:

В текста се прави преглед на някои от ключовите дефиниции на понятията фалшиви новини и постистина и се анализира връзката им с пандемията Covid-19. Във фокуса на изследването са ефектите от негативното въздействие на медиите в условията на криза – т.нар. инфодемия. В този контекст се разглежда един нов тип политическо поведение, който акцентира върху емоционалните реакции (предимно негативни), вместо върху разумното търсене на решения.

Abstract:

The text reviews some of the key definitions of the concepts 'fake news' and 'post-truth' and analyzes their relation to the Covid-19 pandemic. The focus of the study is the effects of media negative impact on a crisis situation, the so-called infodemic. In this context, a new type of political performance is considered, which emphasizes on emotional reactions (mostly negative) instead of a rational search for solutions.

Пандемията Covid-19 предизвика мащабна ситуация на криза, в която здравето измерение е само един от аспектите. Новият коронавирус породи вълна от дезинформация и фалшиви новини, които се оказаха дори по-опасни за здравето от самото заболяване, поради което кризата беше окачествена като „инфодемия“. В тази ситуация медиите и начините за консумиране на информация изиграха първостепенна роля, а някои изследователи нарекоха Covid-19 „първата постистинна пандемия“. Така, от една страна, ефектите от негативното влияние на медиите се подсилиха в условията на социална дистанция и карантина, докато от друга страна, ситуацията изведе на преден план инструментите за изграждане на доверие, характерни за политиката на постистината.

Инфодемия и значимостта на фалшивите новини

Още в самото начало на Covid-19 кризата, през февруари 2020 г., генералният директор на Световната здравна организация (СЗО) Тедорос Гебрейезус предупреди, че светът се бори не само с пандемия, а и с инфодемия, тъй като фалшивите новини се разпространяват много по-бързо от вируса. СЗО дефинира понятието инфодемия като прекомерно изобилие от информация, част от която точна, а друга - не, което затруднява

хората да намерят надеждни източници и надеждни насоки, когато имат нужда от нея {1}. Медийният контекст на голямо количество неверни твърдения, в съчетание с емоционалното им представяне, често от страна на влиятелни публични личности, води до широкия обхват на инфодемията – която, според СЗО, може да бъде по-опасна дори от самия вирус. Така например, страхът и паниката, предизвикани от огромните количества тревожна медийна информация, може да доведат до прием на безполезни или дори вредни за здравето препрати; обратната страна е защитната реакция под формата на неспазване на мерките за превенция, с което се застрашава собственият живот и този на околните.

Редица анализатори обръщат внимание на обстоятелството, че новите медии оказват влияние върху начина, по който възприемаме и обменяме информация (Riley 1998). Ако при традиционните медии (вестници, радио, телевизия) моделът на разпространение е „от един към много”, то интернет и социалните мрежи преобръщат фундаментално този ред: информацията се разпространява по модела „от мнозина към мнозина”. В условията на пандемия и социална дистанция този начин за циркулиране на съобщенията умножава многократно риска от разпространяване на фалшиви новини, които често разчитат на възбуждането на негативни емоции като страх, паника и възмущение - чрез което предизвикват моментална реакция и „вирусно” разпространение, достигайки по този начин до огромни аудитории (Vosough 2018). Не е без значение и фактът, че ситуацията на страх, неизвестност, несигурност и изолация е благодатна среда за процъфтяване на лъжи, измислици и конспиративни теории.

Медийната теория е неразривно свързана с термина *фалшиви новини*, който сам по себе си е противоречив. По-голямата част от изследователите в това поле са съгласни, че фалшивите новини съдържат невярна информация. Например, Wardle (2017) изброява различни типове грешки и дезинформации, които маркират новините като фалшиви – а именно съобщения, които съдържат фалшива връзка (линк), фалшив контекст, манипулирано или подвеждащо съдържание. По подобен начин Bakir and McStay (2018) описват фалшивите новини като напълно неверни или съдържащи умишлено подвеждащи елементи, включени в тяхното съдържание или контекст. Според тяхното определение съдържанието на фалшивите новини може да бъде напълно изфабрикувано, но също така може да бъде само частично невярно и комбинирано с достоверна информация.

Все още не е изведена дефиниция за точното съотношение между вярна и невярна информация, която да описва кога съобщението става „фалшиво“. В този смисъл за ориентир може да послужи определението на Tandoc, Lim and Ling (2018), които заявяват, че фалшивите новини се отличават с ниска достоверност и, следователно, както напълно, така и частично неверни съобщения могат да бъдат смятани за фалшиви. Някои изследователи с право обръщат внимание, че прекалено общите концептуализации на понятието „фалшиви новини“ могат да са направо опасни, тъй като гражданите изпитват трудности да различат достоверните от фалшивите съобщения в цифрова информационна среда (Allcott & Gentzkow 2017; ЮНЕСКО 2018). Наред с това трябва да се отбележат резултатите от проучвания, според които „фалшивите“ новини често се разбират като новини, в които човек не вярва - като по този начин се размива границите между факти и мнения в контекста на социалните мрежи (Nielsen & Graves 2017).

Дори краткият преглед на опитите за дефиниция на понятието фалшиви новини показва, че мнозина изследователи се изкушили да използват термина, за да опишат много различни неща - като пропагандистки съобщения от обществени медии (Khaldarova & Pantti 2016), крайни алтернативни медии (Bakir & McStay 2018) и изфабрикувани новини

от уебсайтове (Allcott & Gentzkow 2017). Още едно важно уточнение, което допълнително усложнява дефинирането, е, че някои политици използват фразата „фалшиви новини“ като оръжие, за да подкопаят всяка информация, която противоречи на тяхната собствена политическа програма или изобличава действията им (Hanitzsch, Van Dalen, & Steindl 2018; Nielsen & Grave 2017; UN OSCE, OAS, & ACHPR 2017).

Работната дефиниция на термина „фалшиви новини“, дадена от Европейската комисия, е "преднамереното използване на фалшива или изкривена информация, за да се повлияе върху общественото мнение по вреден начин". Според доклад на Асоциацията на европейските журналисти - България, феноменът на фалшивите новини може да включва фалшификации или атаки срещу репутацията с партийна, политическа или търговска цел, като основната техника най-често е засилване на предразсъдъците, предизвикване на възмущение и омраза, всяване на страх и несигурност.

Днес все повече медийни изследователи обръщат внимание на факта, че зад термина фалшиви новини стоят всъщност добре познатите понятия дезинформация и пропаганда - а именно съзнателната злоупотреба с фактите. Най-важната разлика между информация, дезинформация и мисинформация е въпросът за истината. Според дефиницията на Oxford English Dictionary, мисинформацията означава грешна или подвеждаща информация. Дезинформацията също се определя като грешна информация, но за разлика от мисинформацията, тя е преднамерено фалшива. Оксфордските речници определят дезинформацията като "разпространение на умишлено невярна информация" и се позовават конкретно на грешна информация, предоставена от правителствата. Така под дезинформация се разбира всяка форма на невярна, неточна, подвеждаща информация, предназначена да причини умишлена вреда или печалба. В термина дезинформация не се включват клеветата, словото на омразата, сатирата, пародията - което позволява да се постави фокусът върху политическите и идеологически употреби. Днес старото понятие за дезинформация обаче е повлияно от новите технологии - вирусното разпространение на неточни, некоректни, изкривени съобщения е в състояние да промени хода на световните събития - ситуация, която стана особено видима в контекста на пандемията Covid-19.

В резултат от тези нови специфики на разпространяване на информацията, мисинформацията и дезинформацията съпътстват всяка стъпка от пандемията Covid -19 - от въвеждането на извънредно положение и социална дистанция, през информация за произхода на новия коронавирус, начините му за разпространяване, недоказана превенция и лечение, реакции на правителствата, на компании, на известни личности и т.н. Още по-застрашително е обстоятелството, че когато дезинформацията се повтаря от влиятелни хора, информацията, основаваща се на истината, може просто да остане незабелязана. Така бързо разпространяващата се лъжа, произнесена от известни личности, се оказва заплаха за истинните факти.

Още едно условие за светкавичното разпространяване на фалшивите новини е склонността на аудиторията да възприема информацията от медиите селективно – в съответствие със собствените си позиции и стереотипни нагласи. С други думи, новините, които потвърждават и подсилват възгледите и страховете на хората, се споделят в социалните мрежи по-активно. През 2013 г. Световният икономически форум (Howell 2013) публикува доклад, озаглавен Digital Wildfires in Hyperconnected World, в който организацията посочва фалшивите новини като една от основните заплахи пред обществото днес. Изследванията (Del Vicario et al. 2016; Lazer et al. 2018; Lewandowsky et al. 2012) показват, че хората предпочитат да възприемат, запомнят и на свой ред да

разпространяват информация, която потвърждава техните собствени, вече съществуващи нагласи и убеждения. По този начин индивидът е все по-склонен да игнорира или отхвърля дисонансна информация и същевременно е по-малко вероятно да приеме всяка проверка на фактите, която поставя под въпрос неговата собствена система от убеждения. Освен това, колкото повече хора са изложени на фалшиви новини, толкова по-вероятно е те да приемат този вид информация (Del Vicario et al. 2016).

Проучване, фокусирано върху това как общностите на потребителите, консумиращи конспиративни и научни новини, взаимодействат с предпочитания от тях тип съдържание, установява, че потребителите на невярна информация обикновено се концентрират повече върху публикациите, споделяни в тяхната общност и са по-ангажирани и активни в разпространението на такова съдържание (Bessi et al. 2015). Наред с това, тези автори отбелязват, че потребителите на новини, основани на научни факти, са по-малко активни или ангажирани с разпространението на научно обоснована информация, но са склонни да коментират повече публикации, съдържащи фалшива или подвеждаща информация, за да я разграничат от своите знания.

Някои изследователи акцентират върху обстоятелството, че увеличаването на невярна информация насърчава отричането на научните доказателства и би могло да представлява заплаха за демокрацията и гражданското общество (Allcott et al. 2019), тъй като разпространението на такова съдържание е доказано, че насърчава цинизма, апатията и екстремизма (Lazer et al. 2018), както и че може да доведе до подвеждащи решения, засягащи политиката и живота на гражданите. В този смисъл фалшивите новини са в състояние да подтикнат хората и институциите да направят избори, които в крайна сметка противоречат на интересите и нуждите на обществото (Merino 2014) {2}.

Инфодемия и политика на постистината

Оксфордските речници определят термина постистина като ситуация, при която обективните факти са по-малко важни за оформяне на общественото мнение от позоваването на емоциите и субективните гледни точки (Oxford Dictionaries 2017). Съгласно тази дефиниция, политиката на постистината се обръща към субективните вярвания на хората и емоциите им - подобно на фикционален наратив.

Фразата постистина е използвана за първи път в академичния и дискурс в началото на 90-те години, но употребата ѝ се увеличава с 2000% между 2015 и 2016 г. (Oxford Dictionaries). В САЩ две книги от 2004 г. се фокусират върху безпокойството относно статута на знанието и формирането на общественото доверие. В „Ерата на постистината“ Ралф Кийс (Keyes 2004) твърди, че днес сме свидетели на масова нечестност. В излязлата същата година „Когато президентите лъжат“, Ерик Алтерман (Alterman 2004) говори за пост-истинен президент, визирайки президента Буш. Година по-късно философът Хари Франкфурт публикува книгата си „За глупостите“ (*On Bullshit*), които, според него, за разлика от лъжата, демонстрират просто пренебрежение към истинните твърдения. Първоначално разсъжденията му са публикувани под формата на есе (Frankfurt 1986), но след това авторът ги развива в книга, която бързо се превръща в бестселър. По-късно редица философи разсъждават върху кризата на истината и фактите. Джеймс Фалоус (Fallows 2012) говори за постистинни медии, а Фархад Манджу (Manjoo 2008) въвежда понятието постфактумно общество.

Този критичен фокус към промените в статута на знанието и начините за изграждане на доверието и на общественото мнение се развива в началото на XXI век, като първоначално засяга множество, независими помежду си сфери. За първи път изразът

постистина се използва в теорията на комуникациите от Джон Хартли в книгата му „Политика на образите“ (Hartley 1992), в която той предлага идеята за журналистиката като „режим на истина“. Хартли обаче има предвид конкретен период в историята на масовите комуникации – преди интернет и Уеб 2.0 (Hartley 1992: 137). Акцентът, който поставя в изследването си, е върху заличаването на границите между факт и измислица в популярните медии и по-конкретно в телевизията. Тезата му е, че журналистическият „режим“ на истина създава и контролира границите между факт и фикция, в резултат на което започва да се оспорва йерархията на режимите на истина. Вестниците и телевизията, твърди Хартли, генерират несъответстващи един на друг режими на истината (Hartley 1992). Джоунс (Jones 2009) изследва знаковата според него промяна от журналистическия режим на истина, базиран върху „истината всъщност“, до режим, при който съвкупност от групи (граждани, политици, журналисти, сатирици) създава „правдоподобни фикции“. Подобни анализи подчертават намаляването на привилегированата институционална роля на журналистиката като проводник на истината или посредник

Линията на обвързване на представата за знанието и истината с медийната популярна култура се засилва още през 90-те години на ХХ век. Някои изследвания се фокусират върху начините за изграждане на доверие в аудиторията от телевизионни сериали като „Досетата Х“ (Bellon 1999; Lavery, Hague, & Cartwright 1996). Дийн (Dean 1998) изследва популярното увлечение по „конспиративната култура“ и говори за американското общество от началото на ХХ в., характеризирано от „истина-беглец“. Друга група учени изследват въпроса за популярната истина и политика през концепцията на Фуко за режим на истината, но с акцент върху теорията на конспирациите и клюките (Birchall 2006; Bratick 2008). Някои изследователи се фокусират върху дигиталните технологии и начините на употребата им от политически актьори, в комбинация с популистки емоционални реторични стилове и опита за дискредитиране на институции и експерти (Zoonen 2012). Ван Зунен описва нова „i-пистемология“, където към въпросите на знанието се подхожда единствено от гледната точка на Аза, а интернет е големият фасилитатор (Zoonen, 2012: 60).

Ситуацията на постистина се характеризира, наред с това, с нарастващия обем на усилията, които опитват да разобличат или изяснят неясните и заблуждаващи твърдения, увеличаването на инструментите за „проверка на фактите“, дори в създаването на специални организации или отдели на медии за разбулване на слуховете и фалшивите новини (Graves & Cherubini 2016). Този контекст създава култура на емоционализирано обществено мнение, базирано на влиянието на неверни или умишлено деформирани твърдения. Още една характеристика на политиката на постистината е свързана с измамното използване на изкуствен интелект (т.нар. ботове), които представят фалшива картина на популярност около определени публични личности. В тази ситуация не малка е ролята на изграждането на политически лайфстайл {4}, при който начинът на изглеждане, поведението пред камерите и реториката се оказват по-важни от реалните действия и решенията на политиците. Тоест, феноменът на постистината може да се използва като инструмент, чрез който да се изследват критически и да се потърсят възможни обяснения на съвременната култура.

Ситуацията на постистина се свързва със специфичен политически стил, фокусиран върху експресията на (негативни) емоции – гняв, обиди, насаждане на страх, агресия. Това е политически метод, в който, както пише Дейвид Робъртс, публичната реторика няма нищо общо с действителната политика, а политическите аргументи не са базирани на

факти (Roberts 2010). Катрин Коекоек насочва вниманието към преобръщането на ценностите: политическите лъжи, които манипулативно се обръщат към чувствата вместо към фактите, вече не се наказват, а се възнаграждават и възприемат като доказателство за честността на съответния политик (Коекоек 2017). Джон Кийн определя постистината като тип комуникация, чийто дискурс акцентира върху речта на омразата, дезинформацията, грубия, всекидневен, заплашителен тон (Keen 2018).

Редица изследователи изтъкват връзката между ситуацията на постистина и пандемията Covid-19, а Пармет и Пол я наричат дори „първата постистинна пандемия“ (Parmet & Paul 2020). Основен аргумент за това е изобилието от дезинформация, фалшиви новини, емоционални изказвания на публични личности, кризата в доверието към институциите, както и новите начини за изграждане на доверие, конструирани от медиите и съпътстващи пандемията.

Пармет и Пол се съгласяват, че това не е първата епидемия, която поражда слухове и лъжи, но същевременно изтъкват, че ситуацията с Covid-19 е различна, тъй като се сблъскваме не просто с измами и погрешни твърдения, но и с дълбок скептицизъм относно самата идея, че съществува истина. Границата между факт и мнение е избледняла до такава степен, че да бъдеш „хванат в лъжа“ и разобличен вече не гарантира негативни последици, а фразата „вярвам, следователно виждам“ се е превърнала в начин на живот. Двамата изследователи извеждат причините за тази ситуация от обстоятелството, че днешната постистина се разпростира не само отгоре надолу (от политиците към гражданите), но и отдолу нагоре (от гражданите като потребители на социалните мрежи към институциите). В този смисъл се намираме в среда, която насърчава хората да имат повече доверие на информацията, която *изглежда* полезна или се *усеща* като правилна, отколкото на данните, базирани на научни доказателства. Още по-лошо, отбелязват Пармет и Пол, е схващането, че няма обективна истина, което се тълкува като убеждение, че няма нужда да търсим истината и да предявяваме претенции към нея. Истината се мисли като мимолетна, а твърденията се оценяват като повече или по-малко убедителни, основаващи се не на наука, проверка, експертизата на говорещия, а на авторитета на звездата или интуицията на оратора и слушателя.

В контекста на несигурност, риск и огромно количество информация за пандемията се засилват ефектите на ситуацията на постистина. Така, от една страна, Covid-19 може да се разглежда като феномен, който е израз на опасностите на ерата на постистината: все по-малко доверие в институциите, липса на съгласие по ключови теми, заличаване на границата между факт и мнение. Доколкото пандемията засилва желанието на гражданите да намерят сигурност, те стават все по-склонни да я откриват в „удобни“ факти, разпространявани от институции и личности, които смятат за надеждни, именно защото съответстват на мненията, които те вече подкрепят. От друга страна, Covid-19 може да се види не като уникален, а по-скоро като стандартен феномен на епохата на постистината: в резултат на широкото разпространение на високите технологии и достъпността на информацията, всеки започва да се чувства компетентен по всички въпроси и по този начин се ликвидира необходимостта от експерти и специализирано становище, основано на научен анализ. В този план фалшивите новини се интерпретират като аргумент, който обществеността може да прецени дали да приеме, или не. Рискът тук е, че липсата на доверие в експерти и институции може да доведе до усещането, че научните аргументи са подобни на политическите и са инструмент на политическата игра, което от своя страна засилва вярата в конспиративни теории.

Техники на постистинната политика в контекста на Covid-19: емо-истината

Доколкото постистинната политика е свързана с комуникация, базирана на субективни емоции и „усещане за истина“, а не на рационални обективни факти, политиците са в състояние да се превърнат, умишлено или не, в проводник на измамна комуникация – изкривена или фалшива информация, слухове, конспиративни теории. Тук не става дума единствено за лъжи и фалшиви твърдения, а и за обръкване на фона на изобилието от информация, за множество емоционални призови, за трудности при отсяването на съдържанието и непрекъснати спорове относно това кое е вярно и кое не е, кое е честно и кое не е. Някои политически призови и изявления са неетични или некоректни, понякога не целят умишлена заблуда, но друг път съвсем стратегически са конструирани по подобен начин за управление чрез привличане и задържане на вниманието.

Именно императивът за привличане и задържане на вниманието е ключова характеристика в политическото поведение в ерата на постистината, която води до промени в самото понятие за политическо. Антъни Гидънс (Giddens 1994) твърди, че доверието в институциите създава характерно различие между традиционните и модерните общества. В традиционните общества доверието в институциите е пасивно, докато в късно-модерните общества доверието към институциите и експертите е слабо и краткотрайно. Именно това налага политиците постоянно да изпълняват „пърформанси“ за привличане, задържане, подновяване на доверието на обществеността. Ако това доверие е толкова флуидно и крехко, основният въпрос пред политиците днес е как да го получат. Инструмент за това в ерата на информационното изобилие и новите медии е силно емоционалната комуникация, с която публиките се идентифицират.

Джейсън Харсин (Harsin 2015) твърди, че именно това обръщане към емоциите и афекта е емблематично за съвременната политика на постистината – противоположно на традиционното, рационално, хладнокръвно политическо поведение. Стратегията на популярните медии да задържат и управляват вниманието на публиките чрез емоционални изблици {3}, се превръщат в доминантен политически дискурс. Днес политиците, подобно на представителите на бизнеса, използват анализ на Големите данни и настроеността на потребителите, насочвайки се емоционално към аудиторията си. Целта им е не просто да убеждават гражданите в политическите си възгледи, а да създават познание, да възпламеняват емоции, да задържат вниманието чрез бързи харесвания или нехаресвания, споделяния, коментари. В културата на постоянно ускоряване (Роза 2015) и дефицит на вниманието, инструменти като слухове, фалшиви новини и език на омразата със сигурност се възприемат по-положително отколкото по-малко шумните форми на комуникация. Публиките са привлечени от това, което *изглежда* „автентично“ (Banet-Weise, 2012), а отрицателните емоции са най-прекият път към постигане на подобно впечатление.

Харсин нарича това тълкуване на емоционалността като критерий за истинност емо-истина (Harsin 2017; Harsin 2018). Теорията за емо-истината, развита от него, прави паралел между начините за изграждане на доверие у аудиторията, формирани от реалити телевизията, и популярната политика. Това е истина, при която емоцията служи за умозаключение – дадено твърдение се приема за достоверно, понеже събужда временно „усещане за истина“, а изявата и подтикът към негативни емоции се тълкува като доказателство за достоверност.

Политиците на постистината използват именно такива емоционални, предимно агресивни актове за свързване с аудиторията. В своя статия, посветена на пандемията

Covid-19, Харсин отбелязва, че в някои държави може да се различи специфична форма на политически токсичен мачизъм, която е ключова за преплитането на вируса със съвременната политика на постистината (Harsin 2020). Агресивно-мачисткото поведение по отношение на темите и призивите, свързани с пандемията, може да се проследи при политици като Тръмп, Болсонаро, Джонсън, при които стилът на поведение е свързан с демонстрация на смелост, физическа сила, господство, омаловажаване на опасността, пренебрегване на мерките за превенция. Корените на подобен политически дискурс може да се потърсят в популярната реакция на кризата – при възникналата нова заплаха, обществото се обръща към патриархалната представа за силния лидер, който ще спаси народа от опасността.

Харсин развива аргументацията си, изследвайки начините за създаване на доверие в кризисна ситуация, в която агресивното поведение се интерпретира като обещание за сигурност и справяне с риска, а проявата на емоции като грубост и арогантност, се тълкува като честност, заслужаваща доверие. По този начин фокусът се измества – от съдържанието на политическите послания към начина, по който са поднесени тези послания. Целта на постистинните политици е именно приковане и задържане на вниманието – а не предлагане на работещи, рационални решения. Наред със заплахата за статута на истината, ефектите на състоянието на постистина, засягат и механизмите за формиране на обществено мнение, гражданската активност и функционирането на демокрацията – емоционалното политическо поведение, боравещо с език на омразата и фалшиви новини, създава общност от също толкова гневни, агресивни граждани, които вземат решения на основата на емоциите, а не за разума си.

Бележки:

{1} The United Nations Department of Global Communications (DGC), *UN.org*, 28 Mar. 2020.

{2} Пример за подобен негативен ефект от фалшивите новини може да се намери в областта на здравето. Научните изследвания, фокусирани върху изучаването на невярна информация са съсредоточени главно върху проблемите около ваксинацията (Betsch, 2017) и инфекциозните заболявания. Изследванията са установили, че разпространението на невярна информация в този контекст може да има тежки последици за общественото здраве като тези, причинени от движението за ваксинация. Например Lewandowsky et al. (2012) посочват как разпространението на митовете около ваксинациите (и по-специално връзката ѝ с аутизма) е довело до увеличаване на броя на родителите да се въздържат от подобни мерки и как това е пряко свързано с увеличаване на редица предотвратими заболявания.

{3} Например, в телевизионните реалити формати силно емоционалните изблици на участниците в повечето случаи с интерпретират от зрителите като доказателство за достоверност и неподправеност на действията им. Изследователи като Анет Хил (Hill, 2007) и Бевърли Скегс и Хелън Ууд (Skeggs and Wood, 2012) отбелязват, че аудиторията на телевизионните реалити формати е наясно, че представеното на екрана е различно от спонтанните взаимодействия във всекидневния живот, както и че подобен тип предавания са в известна степен режисирани и участниците играят роли. Публиката обаче вярва, че има и „автентични“ моменти – обикновено като такива се разпознават емоционалните сцени на крясъци, кавги, плач т.н. Този тип доверие в комуникацията, базирана на емоционални изблици, може да бъде прехвърлено и към политиците.

{4} Тук използвам определението на Антъни Гидънс (Giddens 1991), който разбира под лайфстайл не само фантазиите за работа и показна консумация, а и поведението, начина на мислене и вярванията. Гидънс поставя понятието лайфстайл на челно място в своите теории за избор, идентичност, риск и рефлексивен индивидуализъм в пост-традиционния общество.

References:

- Allcott, H., & Gentzkow, M. 2017. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Allcott, H, Gentzkow, M, Yu, C. 2019. Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics* 6(2).
- Alterman, E. 2004. *When presidents lie: A history of official deception and its consequences*. New York, NY: Viking
- Banet-Weiser, S. 2012. *Authentic TM: The politics and ambivalence in a brand culture*. New York, NY: New York University Press.
- Bakir, V., & McStay, A. 2018. Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175.
- Bessi, A, Coletto, M, Davidescu, GA, et al. 2015. Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. *PloS One* 10(2).
- Bellon, J. 1999. The strange discourse of *The X-Files*: What it is, what it does, and what is at stake. *Critical Studies in Mass Communication*, 16(2), 136–154.
- Besserman, L. 1998. The challenge of periodization: Old paradigms and new perspectives. *Speculum*, 73(3), 923.
- Betsch, C. 2017. Advocating for vaccination in a climate of science denial. *Nature Microbiology* 2.
- Birchall, C. 2006. *Knowledge goes pop: From conspiracy theory to gossip*. Oxford, UK, and New York, NY: Berg.
- Bratich, J. Z. 2004. Regime-of-truth change. *Cultural Studies- Critical Methodologies*, 4(2), 237–241.
- Dean, J. 1998. *Aliens in America: Conspiracy cultures from outerspace to cyberspace*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Del Vicario, M, Bessi, A, Zollo, F, et al. 2016. The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 113(3): 554–559.
- Frankfurt, H. G. 1986. On bullshit. *Raritan*, 6, 81–100.
- Frankfurt, H. G. 2005. *On bullshit*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Giddens, A. 1994. *Beyond Left and Right*. Oxford: Polity.
- Graves, L., & Cherubini, F. 2016. The rise of fact-checking sites in Europe. *Reuters Institute*.
- Green, W. A. 1995. Periodizing world history. *History and Theory*, 34(2), 99–111.
- Grindstaff, L. 2008. *The money shot: Trash, class, and the making of TV talk shows*. London, UK: University of Chicago Press.
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. 2018. Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3–23.
- Harsin, J. 2015. Regimes of posttruth, postpolitics, and attention economies. *Communication, Culture, and Critique*, 8(2), 327–333.

- Harsin, J. 2018. Post-Truth and Critical Communication Studies . *Updated September 2020. Available at:* <https://www.academia.edu/37313452/Post_truth_and_Critical_Communication_Studies>
- Harsin, J. 2018a. Post-truth populism: The French anti-gender theory movement and cross-cultural similarities. *Communication, Culture, and Critique*, 11(1), 35–52.
- Harsin, J. 2018b. Post-truth Right-Wing Populism: Emo-truth from the French Anti-gender Theory Movement to Trump. *Updated September 2020. Available at:* <https://www.researchgate.net/publication/322787080_Post-truth_Right-Wing_Populism_Emo-truth_from_the_French_Anti-gender_Theory_Movement_to_Trump>
- Harsin, J. 2020. Toxic White masculinity, post-truth politics and the COVID-19 infodemic. *Updated September 2020. Available at:* <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367549420944934> >
- Hill, A. 2007. *Restyling factual TV audiences and news, documentary and reality genres*. New York, NY: Routledge.
- Hartley, J. 1992. *The politics of pictures: The creation of the public in the age of popular media*. London, UK; New York, NY: Routledge, Chapman & Hall.
- Hill, A. 2007. *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London: Routledge.
- Howel, L. 2013. Digital Wildfires in a Hyperconnected World. Global Risks Report. World Economic Forum. *Updated September 2020. Available at:* <www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2013.pdf>
- Jones, J. P. 2009. *Entertaining politics: New political television and civic culture*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Keyes, R. 2004. *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*. New York, NY: St. Martin's Press.
- Kean J. 2018. Post-truth Politics and Why the Antidote isn't Simply "Fact-checking and Truth". *Updated 20 September 2019. Available at* <<https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364>>
- Khaldarova, I., & Pantti, M. 2016. Fake news. *Journalism Practice*, 10(7), 891–901.
- Koekoek C. 2017. Power Beyond Truth: The Implications of Post-Truth Politics for Habermas. Theory of Communicative Action. *Updated 10 August 2019. Available at* <[//openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/57102/Thesis%20Catherine%20Koekoek.pdf?sequence=1](https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/57102/Thesis%20Catherine%20Koekoek.pdf?sequence=1)>
- Kovach, B. 2007. *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.
- Lazer, DMJ, Baum, MA, Benkler, Y, et al. 2018. The science of fake news. *Science* 359(6380): 1094–1096.
- Lavery, D., Hague, A., & Cartwright, M. 1996. *Deny all knowledge: Reading The X Files*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Lewandowsky, S, Ecker, UKH, Seifert, CM, et al. 2012. Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest* 13(3): 106–131.
- Lewandowsky, S, Ecker, UKH, Seifert, CM, et al. 2012 Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest* 13(3): 106–131.
- Manjoo, F. 2008. *True enough: Learning to live in a post-fact society*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Merino, JG. 2014. Response to Ebola in the US: Misinformation, fear, and new opportunities. *BMJ* 349: g6712.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. 2017. News you don't believe": Audience perspectives on fake news. Oxford Dictionaries. (n.d.).
- Parmet W., Paul, J. 2020. COVID-19: The First Posttruth Pandemic. *Am J Public Health*. July; 110(7): 945–946.

Riley, P., Keough, C. M., Christiansen, T., Meilich, O., Pierson, J. 1998. Community or Colony: The Case of Online Newspapers and the Web. *Journal of Computer Mediated Communication*, № 4 (1), Sept. 1998.

Roberts, D. 2010. Post-Truth Politics. *Updated 15 June 2019. Available at* <<http://grist.org/article/2010-03-30-post-truthpolitics/>>

Roza, H. 2015. *Uskoryavane. Promyanata na vremevite strukturi v modernostta*, Sofia: Kritika i humanizam. [Роза, Х. 2015. *Ускоряване. Промяната на времевите структури в модерността*, София: Критика и хуманизъм.]

Skeggs, B., Helen Wood. 2012. *Reacting to Reality Television*. London: Routledge.

Tandoc, E. C. J., Lim, Z. W., & Ling, R. 2018. Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

UNESCO. 2018. *Journalism, ‘fake news’ and disinformation: A handbook for journalism education and training*.

UN, OSCE, OAS, & ACHPR. 2017. *Joint declaration on freedom of expression and fake news, disinformation and propaganda*.

Vosoughi, S, Roy, D, Aral, S. 2018. The spread of true and false news online. *Science* 359(6380): 1146–1151.

Wardle, C., & Derakhshan, H. 2017. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. *Council of Europe report, DGI (2017)*, 9.