

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут філософії, культурології, політології

Кафедра теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада

До захисту допущено

*Кафедрою теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада
протокол № 7 від 10.12.2025 р.*

в. о. завідувача кафедри

(підпис)

Тетяна ПОДОЛЬСЬКА

(ім'я, прізвище)

«10» грудня 2025 р.

Кваліфікаційна робота

Здобувача другого (магістерського)
(першого (бакалаврського) / другого (магістерського))

рівня вищої освіти

«Пропаганда як механізм створення колективної реальності в епоху постправди»

Спеціальність (спеціалізація)

033 Філософія

(код та найменування спеціальності; спеціалізації спеціальності - за наявності)

Освітня програма

Філософія

(назва освітньої програми)

Виконавець

(підпис)

Ярослав Гриненко

(ім'я, прізвище)

Науковий керівник

(підпис)

Наталія Попова

(ім'я, прізвище)

АНОТАЦІЯ

Дослідження присвячене філософському аналізу феномену пропаганди в епоху постправди. У роботі розглядається трансформація пропагандистських механізмів в умовах цифрового медіапростору та їхній вплив на формування масової свідомості.

Здійснюється теоретичне осмислення постправди як епістемологічного феномену через співставлення з категоріями істини, брехні та популізму, простежується еволюція явища від пропаганди 1920-х років до сучасних проявів у цифрову епоху, виявляються філософські передумови від античності до сучасності та аналізується трансформація суб'єктності в умовах домінування інформаційних впливів над раціональним мисленням.

Особлива увага приділяється дослідженню риторичних стратегій пропаганди через призму неориторики, вивченню дискурсивних практик та символічних структур у конструюванні колективної реальності. Також розглядається роль соціальних медіа та алгоритмічної персоналізації у поширенні постправдивих наративів та трансформації публічної сфери.

Робота має теоретичну цінність для філософії комунікації, соціальної епістемології та теорії медіа. Практичне значення полягає у можливості розробки стратегій медіаграмотності та критичного мислення як засобів протидії маніпулятивним технікам та дезінформації в сучасному інформаційному просторі.

Ключові слова: *постправда, пропаганда, маніпуляція свідомістю, цифрові медіа, риторичні стратегії, дискурсивні практики, епістемологія, масова комунікація.*

ABSTRACT

This study is devoted to the philosophical analysis of the phenomenon of propaganda in the post-truth era. It examines the transformation of propaganda mechanisms in the digital media space and their impact on the formation of mass consciousness.

It provides a theoretical understanding of post-truth as an epistemological phenomenon through comparison with the categories of truth, lies and populism, traces the evolution of the phenomenon from the propaganda of the 1920s to its contemporary manifestations in the digital age, identifies the philosophical preconditions from antiquity to the present day, and analyses the transformation of subjectivity in conditions where information influences dominate rational thinking.

Particular attention is paid to the study of rhetorical propaganda strategies through the prism of neorhetoric, the study of discursive practices and symbolic structures in the construction of collective reality. The role of social media and algorithmic personalisation in the spread of post-truth narratives and the transformation of the public sphere is also considered.

The work has theoretical value for the philosophy of communication, social epistemology, and media theory. Its practical significance lies in the possibility of developing media literacy and critical thinking strategies as means of counteracting manipulative techniques and disinformation in the modern information space.

Keywords: *post-truth, propaganda, manipulation of consciousness, digital media, rhetorical strategies, discursive practices, epistemology, mass communication.*

Зміст

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. СИТУАЦІЯ ПОСТПРАВДИ: ЕПІСТЕМІЧНІ ЗСУВИ ТА КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ	9
1.1 Постправда як феномен: теоретичне осмислення, історичні витоки та умови формування	9
1.2 Філософська генеза постправди: концептуальні передумови явища	13
1.3 Постправда як трансформація суб'єктності: перехід від автономного раціонального суб'єкта до індивіда, сформованого зовнішніми інформаційними впливами	25
РОЗДІЛ 2. ПРОПАГАНДА В УМОВАХ ПОСТПРАВДИ: ОНТОЛОГІЧНИЙ, РИТОРИЧНИЙ ТА ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ	33
2.1. Еволюція пропаганди та сучасні форми впливу	33
2.2. Риторичні стратегії пропаганди: механізми переконливості та ефект правдоподібності.	40
2.3. Дискурсивні та символічні структури створення колективної реальності	51
РОЗДІЛ 3. ВЗАЄМОДІЯ ПОСТПРАВДИ ТА ПРОПАГАНДИ: ІНТЕГРАТИВНИЙ ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ	62
3.1. Пропаганда і постправда як взаємозумовлені механізми конструювання колективної реальності	62
3.2. Герменевтичні механізми формування смислів у пропагандистських наративах	70
3.3 Філософське «вопрошання» як засіб критичного осмислення створюваної реальності	77
3.4. Можливі моделі епістемічної стійкості в умовах постправди	84

ВИСНОВКИ

90

Список використаних джерел

94

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що сучасне суспільство переживає глибокі трансформації у сфері комунікації, що дедалі частіше описуються через концепт «постправа» - феномен, який активно досліджується у науковому дискурсі [32]. Визнання цього терміна словом року Оксфордським словником у 2016 році підкреслило його значущість у західному політичному дискурсі та відображає зміну парадигми, у якій факти втрачають колишню визначальну роль. [65]. Крім того, розвиток соціальних мереж та мобільних комунікацій з початку 2010-х років радикально змінив соціальний простір і водночас посилив роль інформаційного середовища у формуванні суспільної свідомості: поширення цифрових медіа вплинуло на поширення масової дезінформації, містифікацій та конспірологічних наративів, що супроводжується зростанням недовіри до традиційних ЗМІ та популяризацією альтернативних джерел [61]. Особливо актуальним вивчення пропаганди стає у контексті російсько-української війни, де активно застосовуються гібридні стратегії та механізми постправа для маніпуляції масовою свідомістю [24].

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про те, що вивченню особливостей виникнення епохи постправа, історичних передумов та філософських витоків її становлення й розвитку, дослідженню ролі пропаганди в межах епохи постправа - було присвячено чимало наукових робіт, зокрема: Річардом Рорті, Жаном Бодріаром, Лі Макінтайром, Хаїмом Перельманом, Мішелем Фуко, Зигмунтом Бауманом, Ханною Арендт, Жаком Елюлем та ін.

Метою дослідження є філософський аналіз феномену пропаганди в епоху постправа, з'ясування механізмів її трансформації в умовах цифрового

медіапростору та визначення специфіки впливу на масову свідомість в контексті сучасних соціально-політичних процесів. Дослідження спрямоване на виявлення взаємозв'язку між постправдою як епістемологічним феноменом та новими формами пропагандистського впливу, що виникають у цифрову епоху, а також на осмислення можливостей і обмежень діалогу в умовах домінування суб'єктивних переконань над об'єктивними фактами.

Завданнями, які необхідно виконати для досягнення цієї мети є:

1. Теоретичне осмислення феномену постправди: визначення сутності поняття постправди шляхом співставлення його з суміжними категоріями (істина, неправда, брехня, популізм) та окреслення її фундаментальних аспектів (маніпулятивна природа, множинність істин, інтерпретація, плюралізм);
2. Реконструкція історичних витоків постправди: простеження еволюції феномену від пропаганди 1920–1950-х років через період Холодної війни до сучасних проявів у XXI столітті, шляхом визначення ключових етапів його інституційного оформлення;
3. Виявлення філософської генези постправди: аналіз концептуальних передумов явища через дослідження ідей від античної філософії (Парменід, Геракліт) до сучасних мислителів (Ніцше, Дерріда, Фуко, Бодріяр, Габермас, Бауман, Рорті);
4. Аналіз трансформації суб'єктності в епоху постправди: дослідження переходу від автономного раціонального суб'єкта модерності до індивіда, сформованого зовнішніми інформаційними впливами, та визначення ролі філософії у відновленні критичної суб'єктності;
5. Дослідження еволюції пропаганди: простеження історичного розвитку явища пропаганди від античності до сучасності, виявлення трансформації її форм від вертикальної суб'єкт-об'єктної структури до горизонтальної суб'єкт-суб'єктної моделі;

6. Аналіз риторичних стратегій пропаганди: дослідження механізмів переконливості через призму неориторики Хаїма Перельмана, виявлення ролі риторичних фігур (ентимема, метафора, гіпербола, епітет, іронія) у створенні ефекту правдоподібності;
7. Вивчення дискурсивних практик: аналіз того, як дискурсивні механізми конструюють колективну реальність через обробку інформації, формування емоційних станів та створення контрольованих наративів;
8. Дослідження символічних структур: визначення ролі символів, ритуальних практик у створенні колективної реальності та формуванні масової свідомості;
9. Аналіз взаємозв'язку постправди та цифрових технологій: дослідження впливу соціальних медіа, алгоритмічної персоналізації на поширення постправди та трансформацію публічної сфери;
10. Розробка шляхів протидії постправді: на основі проведеного аналізу визначити можливості філософської рефлексії, критичного мислення та медіаграмотності як засобів відновлення раціонального дискурсу та автономної суб'єктності в умовах епохи постправди.

Об'єктом дослідження є соціальні механізми конструювання реальності в сучасному суспільстві.

Предметом дослідження виступає функціонування пропаганди як механізму створення колективної реальності в умовах постправди, з особливою увагою до риторичних засобів та інтерпретативних процесів.

Методи дослідження: для досягнення поставленої мети використовується комплекс філософських та загальнонаукових методів. Герменевтичний метод застосовується для інтерпретації текстів пропагандистського характеру, розуміння смислових контекстів медіадискурсу епохи постправди та виявлення

прихованих значень у комунікативних практиках. Риторичний аналіз дозволяє досліджувати переконувальні стратегії пропаганди, механізми апеляції до емоцій та переконань аудиторії, а також техніки маніпулятивного впливу в цифровому медіапросторі. Компаративний метод використовується для порівняння традиційних та сучасних форм пропаганди, а також для зіставлення пропагандистських практик у різних соціально-політичних контекстах. Системний підхід забезпечує розгляд пропаганди як цілісного феномену у взаємозв'язку з іншими елементами сучасного медіасередовища. Критичний аналіз застосовується для виявлення маніпулятивних технік, дезінформації та спотворення фактів у медіадискурсі, а також для деконструкції постправдивих наративів.

Теоретична значимість дослідження полягає у поглибленні філософського розуміння феномену постправди як епістемологічної проблеми сучасності, систематизації знань про трансформацію пропаганди в умовах цифрового суспільства та концептуалізації взаємозв'язку між технологічними змінами в медіасередовищі та трансформацією масової свідомості. Результати дослідження збагачують філософію комунікації, соціальну епістемологію та теорію медіа новими концептуальними підходами до аналізу інформаційного впливу в умовах метамодерну. **Практична значимість** роботи визначається можливістю використання її результатів для розробки стратегій медіаграмотності та критичного мислення, необхідних для протидії маніпулятивним технікам та дезінформації. Також матеріали дослідження можуть використовуватися у просвітницькій діяльності, спрямованій на підвищення стійкості суспільства до пропагандистського впливу та формування навичок розпізнавання постправдивих наративів.

РОЗДІЛ 1. СИТУАЦІЯ ПОСТПРАВДИ: ЕПІСТЕМІЧНІ ЗСУВИ ТА КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ

1.1 Постправда як феномен: теоретичне осмислення, історичні витоки та умови формування

Перш ніж перейти до визначення витоків та причин виникнення феномену постправди, доцільно буде окреслити сутність поняття постправди шляхом співставлення його з іншими суміжними категоріями. Наприклад, беручи до уваги те, що фактично філософія «пост-істини» (або ж постправди) є вторинною відносно філософії істини, розгляд проблематики постправди доцільно почати саме з осмислення самого поняття істини. Існують різноманітні та численні підходи до тлумачення поняття істини: наприклад, істина може розглядатись як ідеал пізнання, що є збігом можливого з дійсністю / як щось, що відповідає дійсності / як положення чи судження, що ґрунтується на життєвому досвіді тощо. При цьому, цікавим є підхід, відповідно до якого, категорію істини складають три компоненти: справедливість, чесність та правдивість. Відповідно, на думку прихильників такої позиції, за відсутності хоча б одного з даних елементів – істина фальсифікується та руйнується як така. В свою чергу, до обсягу поняття постправди, на думку прибічників такої концепції, входять такі фундаментальні аспекти як маніпулятивна природа, множинність істин, інтерпретація та плюралізм. Маніпулятивна природа постправди виявляється в цілеспрямованому перетворенні об'єктивних фактів реальності на ідеологічно забарвлені наративи. Множинність істин є закономірним наслідком краху великих ідеологічних наративів сучасної доби та демократизації суспільної свідомості, що спричинило плюралізм правд і категоричне відкидання будь-якої універсальної істини, яку можна накладати на людське сприйняття дійсності. Інтерпретація як центральний механізм постправди замінює пошук об'єктивного значення вільним вибором зручної версії реальності, коли сучасна людина, втомлена від складності світу,

обирає те знання, яке викликає позитивні емоції, відповідає очікуванням і є візуально привабливим, свідомо відкидаючи факти, що суперечать усталеним переконанням. Плюралізм як філософська основа постправди означає відмову від абсолютної точки зору і створює умови для функціонування образів, які, поступово відриваючись від реальності, стають автономними знаками без референта, що використовуються для побудови альтернативної реальності через персоніфікацію подій та візуалізацію інформації [64].

Також важливим є співставлення таких категорій як «постправда», «неправда» та «брехня» між собою. В цьому питанні так само не існує єдино закріпленого підходу: наприклад, існує думка, відповідно до якої постправда фактично і є брехнею, поширюваною в значних обсягах, з іншого ж боку, існує позиція, що поняття постправди включає в себе не лише поширення брехні, але й поширення «напівправди» (тобто оманливого твердження, яке частково є істинним). Існує і повністю протилежна до першої позиція, згідно з якою обов'язковим є відмежування поняття постправди від поняття неправди, адже під постправдою слід розуміти не заперечення правди, а саме її переосмислення. Тож якщо брехня – це свідома неправда, за якої стоїть намір обдурити, дурниці – це маніпуляції з інформацією, позбавленою змісту, а умисне невігластво – це небажання з'ясовувати правду, в разі суперечності її особистим цілям, то постправда – це значно ширше явище, яке передбачає створення альтернативних фактів, засвідчення їх як правдивих та спонукання людей до віри у правдивість цих фактів [71]. Крім того, постправда розглядається як вульгаризація фактів [70], стан суспільно-політичної практики, за якої правдивість чи хибність фактів ігнорується [15] тощо.

Окремої уваги заслуговує розгляд співвідношення понять постправди та популізму. По-перше, можна стверджувати, що ці два поняття об'єднані певною онтологічною єдністю: постправда є комунікативною технологією популізму, а популізм – політичною формою втілення постправди. Постправда забезпечує «мову», на якій популізм говорить з аудиторією – мову емоцій, спрощених

образів і «правди почуттів», а не фактів. По-друге, цим явищам притаманний спільний механізм дії: обидва явища ґрунтуються на зверненні до емоцій і бажань аудиторії, а не до раціонального аналізу. По-третє, обидва явища надзвичайно дієві для мобілізації великих, часто маргіналізованих груп населення, натомість в критичної, інформованішої частини суспільства, навпаки, викликають гостру відразу. Таким чином, вони одночасно і об'єднують, і поляризують суспільство.

Тепер, розглянувши проблематику розмежування понять, дотичних до постправди, слід перейти до окреслення історичного коріння постправди. Тож першим масштабним кроком із конструювання альтернативної реальності слід вважати пропаганду 1920–1950-х років. Як нацистська Німеччина, так і сталінський СРСР, попри ідеологічну ворожнечу, використовували схожі механізми: факти втрачали будь-яке значення, поступаючись місцем вимозі абсолютної лояльності до влади.

В свою чергу, у період Холодної війни ці практики набули форми інструментів глобального ідеологічного протиборства. Попри те, що дезінформаційні технології та політика подвійних стандартів застосовувалися обома сторонами конфлікту, визначальний внесок у формування, наприклад, сучасних методів російської гібридної агресії зробила саме радянська пропагандистська школа, зокрема її прийоми «дзеркального відображення», створення інформаційного хаосу й продукування множинних, конкуруючих версій подій.

Подальшим ключовим кроком до виникнення епохи постправди стали 1980-ті роки, коли відбувся глобальний перехід від раціональних моделей осмислення дійсності до емоційно орієнтованих. Саме в цей період у західній культурі спостерігається різкий спад уживання понять, пов'язаних із логічністю та фактологічністю, водночас із помітним зростанням частоти використання емоційно забарвленої лексики.

Якщо ж говорити про сам термін «постправда», то він вперше з'явився у 1992 році в статті Стіва Тесича для журналу The Nation. Автор застосував його для опису реакції американського суспільства на події після війни в Перській затоці, коли свідомо маніпулятивність політичного керівництва була сприйнята без суттєвого спротиву, що фактично означало «приватизацію істини».

І, зрештою, фінальне інституційне оформлення феномену відбулося вже у XXI столітті: спочатку - на тлі непокараної політичної дезінформації про наявність зброї масового знищення в Іраку, а згодом - під час подій 2016 року. Brexit та перемога Дональда Трампа стали переломними моментами, коли постправда перейшла з периферійного інструмента маніпуляції до статусу провідної політичної стратегії в демократичних державах [15].

Після стислого огляду історії виникнення явища постправди хотілось би присвятити окремо увагу чинникам, що посприяли розвитку явища постправди. Одним із фундаментальних підґрунть цього процесу став постмодерністський релятивізм та конструктивізм. Саме в межах цієї філософської парадигми було поставлено під сумнів можливість існування об'єктивної істини як такої, а сама істина почала розглядатися не як відповідність фактам, а як дискурсивний конструкт. Коли «правдою» стає те, що вдалося успішно сконструювати та утвердити в суспільній свідомості, це неминуче призводить до переорієнтації з критерію відповідності на критерій ефективності. У новій логіці істинним вважається передусім те, що дає результат: якщо певний наратив здатен викликати емоції, мобілізувати електорат і забезпечити успіх, він фактично набуває статусу істини, витісняючи фактичну коректність на другий план.

За таких умов влада перетворюється на головного суб'єкта формування істини, адже саме контроль над медійними каналами та публічним дискурсом дає можливість визначати зміст реальності для масової аудиторії. Найкращим середовищем для трансляції такої «конструйованої правди» стало явище політейнменту - злиття політики та розваги. Театралізація політичного процесу та

домінування яскравих шоу витіснили раціональну аргументацію, дозволяючи постправді маскуватися під емоційно насичену, привабливу історію.

Успіх подібних медійних стратегій значною мірою забезпечується психологічними особливостями сприйняття, передусім емоційною та бажаною привабливістю наративу: постправда пропонує комфортну модель реальності, яка знижує тривожність і дарує надію та зручність, що робить її стійкою до спростувань. Додатково спрацьовує механізм когнітивного дисонансу: навіть усвідомлюючи суперечливість інформації, людина продовжує відстоювати хибний наратив, щоб уникнути внутрішнього конфлікту та виправдати вже вкладені емоційні чи матеріальні ресурси.

В свою чергу, закріпленню цих викривлень на соціальному рівні сприяє ефект «спіралі мовчання»: індивіди, які бачать домінування певного наративу, часто утримуються від його критики, боючись опинитися в меншості, що лише посилює ілюзію загальної підтримки хибних ідей. Інтегральним результатом дії всіх зазначених чинників стає вже згаданий популізм, який виступає ключовим політичним механізмом поширення постправди. Вони функціонують у тісному симбіозі: популізм живиться масовим емоційним піднесенням, а постправда забезпечує йому необхідну «доказову» базу, підміняючи реальні факти політично вигідними конструкціями [73].

1.2 Філософська генеза постправди: концептуальні передумови явища

Важливо зазначити, що феномен постправди має глибоке філософське коріння, що сягає античності та кристалізується в працях багатьох видатних мислителів. Концептуальні передумови постправди формувалися протягом століть філософських дискусій про природу істини, знання та реальності. Відповідно, розуміння саме цих інтелектуальних витоків є необхідним для осмислення сучасного стану суспільно-політичного дискурсу щодо явища постправди.

Взагалі, проблема співвідношення стабільності істини та мінливості реальності бере початок ще з давньогрецької філософії, а саме – Парменіда, який сформулював радикальне вчення про незмінність буття. Він наполягав, що «буття є і не може не бути», тоді як «небуття не існує і не може існувати». Звідси випливала його вимога: справжнє знання повинно бути незмінним і достовірним, а чуттєвий досвід, який демонструє нам рух, різноманітність і зміну, стає ненадійним джерелом істини. Згідно з парменідовим монізмом будь-яка відмінність чи динаміка - лише видимість, адже реальність за своєю суттю є неподільною й статичною. Таке розуміння сформувало підґрунтя для пошуку абсолютно усталеної істини, але вже тоді стикалося з альтернативними поглядами на природу реального: наприклад, Геракліт запропонував протилежний підхід, стверджуючи, що змінність і суперечності є не відхиленням, а основною характеристикою світу. Його відоме твердження «все тече» підкреслювало думку, що будь-яке явище містить у собі напруження протилежностей і постійно переходить у свій антипод. Тепле охолоджується, холодне нагрівається, сухе зволожується - і так безперервно. За Гераклітом, істину неможливо уявити як щось нерухоме, адже сама реальність перебуває у вічному процесі становлення. Отже, ідея однієї абсолютно стабільної істини втрачає сенс. Діалог між поглядами Парменіда та Геракліта заклав інтелектуальні передумови подальших дискусій про відносність, множинність і контекстуальність істини. Також не міг би не звернутись до своєї минулої дипломної роботи, де розкривались погляди на поняття «істини» послідовника Парменіда та Геракліта, а саме – Платона, чий внесок у розуміння, розвиток та подальше відношення до поняття «істини» є не менш значущим, а можливо і більш. Для Платона істина нерозривно пов'язана з теорією ідей і належить до сфери умосяжного, вічного та незмінного буття, на противагу чуттєвому світу матеріальних об'єктів, які є лише недосконалими відображеннями. Істина є складовою найвищої «першої ідеї» — ідеї блага, яка надає сенсу та значення всім іншим сутностям. Пізнання істини — це не одномоментний акт, а складний процес філософської «пайдейї» (виховання), що

вимагає від людини відмови від звичних ілюзій («тіней» у печері) та інтелектуального сходження до споглядання справжньої природи реальності[7].

Згодом, у XVIII столітті, фундаментальність абсолютної істини була також поставлена під сумнів у працях Девіда Юма, який досліджував проблему причинності. Юм доводив, що з будь-якої причини можуть впливати різні наслідки, а тому зв'язок «причина-наслідок» не можна вважати логічно необхідним. З погляду Юма, цей зв'язок є продуктом повторюваності та звички мислення, а не результатом раціонального або епістемологічно обґрунтованого принципу. Юм стверджував: «Причина — відкриття істини або фальші. Істина або фальш полягає в згоді або незгоді або з реальними відносинами ідей, або до реального існування і факту. Отже, все, що не сприйнятливим до цієї угоди чи незгоди, не здатне бути істинним чи хибним і ніколи не може бути об'єктом нашого розуму» [39]. Таким чином, Юм підірвав основи картезіанської віри у здатність раціонального суб'єкта досягати об'єктивного знання.

Далі, однією з ключових фігур у критичному переосмисленні традиційного поняття істини став Фрідріх Ніцше. Він пропонував не стільки з'ясувати походження істини, скільки визначити критерії, за якими суспільство визнає певні твердження істинними. Ніцше підкреслював, що раціональність — це не універсальний інструмент пізнання, а історично зумовлений спосіб інтерпретувати світ. Істина, за Ніцше, завжди є результатом перспективи: вона неповна, вибіркова та залежить від позиції інтерпретатора. Якби існувала абсолютна й незмінна істина, зазначав Ніцше, люди не мали б настільки різних і суперечливих поглядів. «Об'єктивність» у такому разі означає лише перевагу певної інтерпретації над іншими — перевагу, яка утверджується завдяки силі, впливу та домінуванню. Таким чином знання перетворюється з дзеркала реальності на інструмент у боротьбі за владу.

У своїй книзі «Генеалогія моралі» Ніцше артикулює цю позицію особливо виразно: «Існує тільки перспективний зір, тільки перспективне «пізнання»; і що

більшій кількості афектів ми надаємо слово, обговорюючи якийсь предмет, що більше очей, різних очей, ми спроможемося спрямувати на нього, то повнішим буде наше «уявлення» про цей предмет, наша об'єктивність». А усунути прагнення взагалі, вивести з гри всі без винятку афекти, — звісно, якби нам пощастило це зробити — то як? Хіба це не означає — каструвати інтелект?...» [22]. Таким чином, філософ закликає відмовитися від «небезпечних нісенітниць» про «чистий, позбавлений жадань і страждань позачасний суб'єкт пізнання», від уявлень про «чисту розумність» або «абсолютну духовність», що вимагають неможливого — ока без перспективи, бачення без погляду. З цього слідує висновок про те, що якщо наші переконання — це лише наші власні уявлення про істину, то це не означає, що ми повинні жити в межах цих уявлень. Підвищення обізнаності про різні погляди збільшує шанси на те, що ми зможемо наблизитися до «об'єктивності» — не як абсолютної позиції поза перспективами, а як множинності перспектив, що доповнюють одна одну. Тож можна вважати, що ніцшеанський перспективізм та концепція «волі до влади» стали одним із підвалинних джерел пізніших теорій, у яких істина розглядається не як відповідність фактам, а як продукт дискурсивної і соціальної боротьби [21].

Продовжив критику традиційних уявлень про істину через власну деконструктивну практику французький філософ Жак Дерріда. Він стверджував, що раціональність, яка керує письмовим дискурсом, вже не виходить із логосу, а започатковує деконструкцію значень, включно з поняттям істини. За Дерріда, між буттям і свідомістю, між речами та сприйняттям існує лише умовний зв'язок перекладу чи позначення, тоді як між розумом і логосом — символічний зв'язок. Письмове позначення завжди є технічним і репрезентативним, воно не має природного зв'язку з усною мовою та її претензією на безпосереднє відображення істини. Ця позиція узгоджується з геракліто-ніцшеанською традицією, де абсолютна істина визнається неможливою. Деконструкція Дерріда демонструє, що будь-яке твердження про істину є результатом мовних практик і символічних систем, а не відображенням об'єктивної реальності. Таким чином, Дерріда

створює концептуальні підвалини для постмодерністського релятивізму, який безпосередньо передував феномену постправди [43].

Також значний внесок у теоретичне підґрунтя дослідження явища постправди зробив Мішель Фуко у своїй праці «Археологія знання»: Фуко наголошує, що знання не існує як щось незалежне, а завжди формується в рамках історично та соціально визначених практик, які визначають, що саме можна висловити і що вважається значущим або істинним. При цьому, концепт «влада-знання» демонструє нерозривний зв'язок між владою та знанням: влада створює знання, щоб утвердити себе, а знання завжди просякнуте владними відносинами. В свою чергу, епістема конкретної епохи працює як несвідомий код, що обмежує мислення та мовну поведінку і підпорядковується структурі влади. У світлі цих ідей можна припустити, що постправду не слід сприймати як випадкову маніпуляцію фактами - навпаки, вона є системним проявом сучасної епістемі, де домінує воля до влади, а не воля до істини. А дискурсивні механізми, що легітимізують владу, формують межі того, що можна вважати «правдою» у конкретний історичний момент, і створюють умови, за яких суспільство готове приймати вигадані або маніпульовані наративи як реальні [14].

Не менш важливими в контексті дослідження поняття постправди є наукові напрацювання французького філософа Жана Бодріяра в його відомій роботі «Симулякри та симуляція», адже запропонована ним концепція симуляції цілком може бути розглянута як філософське підґрунтя феномена постправди, оскільки дана концепція розкриває умови, за яких реальність втрачає пріоритет перед знаками, образами, медіа-конструкціями. У межах же постправди, по-суті, відбувається аналогічний процес: факти перестають бути визначальними, їх місце займають інтерпретації та емоційні наративи, що лише імітують істину. Тож Жан Бодріяр визначає сучасність як епоху симуляції, у якій знаки й образи заміщують реальність. При цьому, основною проблемою, яку окреслює Бодріяр, є розрізнення «справжньої» реальності та її сконструйованих симулятивних форм: симуляція стирає межу між істинним і хибним, між реальним та уявним. На

відміну від репрезентації, що прагне відтворити реальне, симуляція поглинає цю репрезентацію і перетворює її на симулякр - знак, відірваний від будь-якого референта. Варто також підкреслити, що Бодріяр виділяє три історичні порядки симулякрів: природний (копії, що відтворюють оригінал), індустріальний (серійні виробництва копій) та симулятивний, характерний для сучасності, де знаки існують без будь-якої опори на реальне. При чому, у культурі третього порядку симулякрів людські бажання та потреби підпорядковуються логіці капіталу та цифрових технологій. Симуляція формує нову онтологію існування, з якої практично неможливо вийти: індивідуальна свобода кодується й розчиняється у мережах знаків [1].

Крім того, певною мірою формуванню розуміння явища постправди сприяють і наукові напрацювання Юргена Габермаса. Наприклад, концепція публічної сфери та теорія комунікативної дії Габермаса базуються на ідеї, що справжнє суспільне розуміння та легітимність норм можливі лише через раціональний дискурс, спрямований на досягнення консенсусу без примусу. Габермас відрізняє комунікативну раціональність, яка орієнтована на взаєморозуміння і претендує на істинність, правильність і щирість аргументів, від інструментальної раціональності, коли спілкування підпорядковується цілям ефективності та маніпуляції. За Габермасом, сучасні суспільства переживають «колонізацію життєвого світу системою», коли економічні та бюрократичні інтереси витісняють комунікативну раціональність. Внаслідок цього публічна сфера руйнується, а дискусії перетворюються на змагання за вплив і маніпуляцію, втрачаючи орієнтацію на істину та консенсус. Тож крізь призму такої концепції постправду можна сприймати не як випадкове поширення неправди, а як системне порушення умов комунікативної дії. В свою чергу, коли стратегічна раціональність колонізує публічну сферу, претензії на істину перестають перевірятися раціонально, а консенсус досягається не аргументами, а силою медійного, політичного чи економічного впливу. Постправда таким чином стає проявом кризи публічної сфери, де ідеальна мовленнєва ситуація практично

неможлива, а «правда» визначається не якістю аргументів, а домінуванням певного дискурсу в колонізованому життєвому світі [37].

Також доречним у контексті окреслення поняття постправди є звернення до праці Зигмунта Баумана «Рідина сучасність» (Liquid Modernity), оскільки його концепція плинності та мінливості соціальних структур допомагає зрозуміти природу постправди як явища, що виникає в умовах розпаду стабільних орієнтирів та інституцій. Бауман використовує метафору рідини для опису сучасного етапу модерності, підкреслюючи, що на відміну від твердих тіл, рідини не можуть легко зберігати свою форму, постійно готові до змін, і для них важливіший потік часу, ніж простір, який вони займають. Бауман також наголошує, що сучасність відзначається переходом від суспільства з чітко визначеними «референтними групами», які задавали норму та орієнтири, до стану «загального порівняння», де кожна людина змушена самотійно формувати власний життєвий шлях у ситуації постійної й невирішуваної невизначеності. У цих умовах, за Бауманом, відповідальність за успіхи й невдачі переноситься з колективних структур на індивіда, що створює індивідуалізовану та приватизовану модель сучасності. Філософ також підкреслює, що влада в сучасну епоху стає «екстериторіальною»: вона більше не прив'язана до конкретного місця і діє через уникнення зобов'язань та можливості контролю. Її головним інструментом стає не примус, а здатність ухилитися, зникнути, уникнути відповідальності. У результаті така «плинність» соціальних структур і нестача стабільних орієнтирів створюють середовище, у якому легко виникає постправда. У світі, де немає стійких правил і визначеностей, істина та факти теж стають нестабільними, змінними та залежними від контексту - так само, як і самі соціальні відносини [42].

Проте слід наголосити, що попри новаторський характер ідей Баумана, деякі критики звертають увагу на внутрішні суперечності його підходу. З одного боку, Бауман стверджує, що сучасне життя стало повністю нестабільним і мінливим, з іншого - говорить про формування нової, досить жорсткої класової

нерівності. Ці дві позиції виглядають несумісними. Крім того, рецензенти підкреслюють, що описана Бауманом нова класова поляризація - поділ на «мобільні еліти» та «осіле населення» - фактично не є новою. На їхню думку, це лише інша форма старих соціальних меж: нерівність між привілейованими й непривілейованими групами залишилася майже незмінною. Критики також звертають увагу на те, що критикуючи сучасний стан публічної сфери й закликаючи повернути її значущість, Бауман майже не пропонує конкретних кроків, як саме це можна реалізувати на практиці [49].

Так само доречним буде звернутись до ідей Річарда Рорті: Рорті критикує традиційне уявлення про раціональність і об'єктивність, вважаючи їх історично обумовленими та залежними від конкретного дискурсу. Він вважає, що прагнення філософії до абсолютної істини - це перенесення дискурсу певної епохи у позачасовий контекст. У своїй роботі «Випадковість, Іронія, Солідарність» Рорті стверджує, що відмінності між раціональністю і ірраціональністю чи моральністю і доцільністю є умовними і важливі не самі по собі, а саме через їхню практичну користь. При цьому, можна вважати, що категорії випадковості, іронія та солідарність - допомагають краще дослідити зокрема явище постправди: «випадковість» підкреслює історико-культурну обумовленість наших цінностей, «іронія» дозволяє критично усвідомити обмеженість власних поглядів, а «солідарність» ґрунтується на спільному досвіді, а не на універсальних принципах. З цього випливає, що істина в епоху постправди не абсолютна, а формується під впливом соціальних та індивідуальних наративів. Тож рортіанський підхід демонструє, що релятивістські тенденції постправди логічно впливають із відмови від пошуку універсальних істин і підкреслюють роль культурного та комунікативного контексту у формуванні того, що вважається правдою [9], [5].

Також вагомий внесок у дослідження феномену постправди зробив відомий американський науковець Лі Макінтайр шляхом написання книги «Постправда» у престижній серії «Основні знання» видавництва MIT Press. Ця наукова праця стала одним із перших систематичних філософських аналізів явища постправди та

його впливу на сучасне суспільство. І перш ніж розкрити зміст вищезгаданої книги хочеться зауважити, що розпочинається вона цитатою Джорджа Орвела: «Сама концепція об'єктивної істини зникає зі світу. Брехня піде в історію». Що ж стосовно змісту книги Макінтайра, його складають такі аспекти: визначення поняття постправди, особливості заперечення науки як дорожня карта для розуміння Постправди, коріння когнітивної упередженості, занепад традиційних медіа, розвиток соціальних медіа та проблема фейкових новин, роль постмодернізму в контексті виникнення явища постправди, боротьба з постправдою. Далі, у передмові, Макінтайр зазначає, що поняття постправди народилося з почуття тривоги тих, хто переживає за долю істини в сучасному світі. Автор визнає, що його аналіз не може бути цілковито нейтральним, оскільки сама постановка питання про постправду передбачає визнання проблеми підриву фактів та правди на політичній арені. Макінтайр підкреслює, що постправда є не просто синонімом брехні чи пропаганди, а новим явищем, де реальність підпорядковується політичним цілям, а факти відкидаються залежно від їхньої відповідності бажаній ідеології. Перший розділ книги також відкривається цитатою Орвела: «У часи вселенського обману, сказати правду буде революційним вчинком». Макінтайр визначає постправду як явище, коли почуття стають важливішими за факти у формуванні переконань щодо емпіричних питань. Автор звертається до оксфордського визначення постправди та аналізує різні форми ставлення до істини - від простої помилки через умисне невігластво до цинічної брехні та самообману. Макінтайр наголошує, що постправда є формою ідеологічного панування, яка змушує людей вірити у щось незалежно від наявності вагомих доказів. Він ілюструє свої тези прикладами з політичної практики, зокрема заявами Дональда Трампа та висловлюваннями Ньюта Гінгріча про те, що почуття американців щодо рівня злочинності важливіші за офіційну статистику ФБР. Макінтайр також звертає увагу на катастрофічні наслідки постправди, наводячи приклад президента ПАР Табо Мбекі, чиє заперечення ефективності антиретровірусних препаратів призвело до смерті понад 300 тисяч людей. Автор підкреслює, що постправда не є просто запереченням фактів, а

спотворенням самого процесу збору та використання достовірної інформації для формування переконань про реальність [59].

Важливо також підкреслити, що незважаючи на вагомість внеску Макінтайра у дослідження явища постправди, доцільним також буде розглянути ідеї щодо постправди, відмінні від тих, що запропоновані науковцем. Наприклад, деякі рецензенти зазначають, що дослідження Макінтайра не залучає відповідну літературу з соціальної епістемології та не надає переконливого пояснення того, чому постправда є окремим явищем, а не моральною панікою чи концептуальною плутаниною брехні, пропаганди та нісенітниць. Особливо гострої критики зазнав розділ про постмодернізм, де Макінтайр звинувачує постмодерністську філософію у створенні інтелектуального підґрунтя для постправди (За Макінтайром, постмодернізм є одним із чинників виникнення феномена постправди, передусім через заперечення об'єктивної істини та надмірно розширений плюралізм позицій, що зрештою спричиняє деструктивні прояви релятивізму [5]). Рецензенти стверджують, що його трактування постмодернізму є спрощеним та ідеологічно упередженим, повторюючи консервативні наративи про постмодернізм як «бич істини». Крім того, Макінтайр не враховує, що постмодерністський скептицизм щодо заяв про знання є здоровою епістемічною практикою, а не релятивізмом, що заперечує істину. Нарешті, критики зазначають, що поради Макінтайра щодо боротьби з постправдою зводяться до індивідуальної відповідальності за епістемічні практики, не враховуючи структурних проблем та інституційних чинників. Найбільшою втраченою можливістю книги називають те, що вона недостатньо серйозно ставиться до соціальної епістемології, повністю нехтуючи обговоренням свідчень, репутації, соціальних норм та інституцій, які роблять можливим знання та віру в правду [52].

Також цінним внеском у розуміння феномену постправди є дослідження Дженніфер Кавана та Майкла Д. Річа «Розпад правди». Аналізуючи соціальну реальність США, автори визначають основні рушії кризи правдивості, її соціальні наслідки і можливі шляхи їх подолання. У центрі їхнього аналізу перебуває

поступове зникнення чіткої межі між думкою та фактами в епоху постправди, що, в свою чергу, порушує філософську проблему диференціації між суб'єктивною думкою (doxa) та об'єктивним знанням (episteme) [5]. Таким чином, Кавана та Річ визначають розмивання межі між фактом і думкою як одну з центральних рис «розпаду правди». Дослідники підкреслюють ризик ситуації, у якій суб'єктивні судження сприймаються як факти, навіть коли наявні дані свідчать протилежне, найпоширенішими прикладами такого змішування є практика друкованих і кабельних медіа - зокрема поєднання аналітики та новин у «колонках на новинних сторінках» і використання спонсорованого контенту, що маскується під журналістські матеріали. В цілому, автори звертають увагу суспільства на проблему того, що саме думки, а не об'єктивні факти, дедалі частіше визначають основу суспільних дискусій і політичних рішень [55].

Крім того, детально специфіку виникнення феномену постправди дослідили автори колективної праці «Глобальна політика в епоху постправди», звертаючись до історико-філософського аналізу взаємозв'язку між істиною та політикою. Вони починають із звернення до Платона, для якого ідеальна держава є місцем гармонії між політикою та істиною, оскільки «цар-філософ» керує суспільством на основі знання істини. Значну увагу автори приділяють концепції однієї з найвідоміших мислительок XX століття Ханни Арендт, яка на прикладі аналізу нацизму та сталінізму показала, що тоталітаризм формує замкнуту систему ідей, що нібито пояснює всю історію, але при цьому відривається від реальності та життєвого досвіду. Арендт розрізняє «раціональну істину», що є продуктом спекулятивного розуму і не потребує підтвердження іншими, та «фактичну істину», політичну за своєю природою, що підтверджується лише через спільний досвід і «здоровий глузд» спільноти. Особливу увагу Арендт приділяє розрізненню між традиційною брехнею, що змінює лише окремі деталі та спрямована проти конкретного ворога, і сучасною брехнею, яка переписує всю фактичну тканину реальності і обманює одночасно всіх, включно з тими, хто її продукує. Для функціонування такої системи потрібна «масова людина» - ізольований, атомізований індивід,

віддалений від реального суспільства і готовий прийняти ідеологію, що пропонує прості та послідовні пояснення світу.

В свою чергу, автори колективної наукової роботи проводять паралелі між «масовою людиною» Арендт та сучасними прихильниками популістських рухів - ці індивіди стають сучасним еквівалентом «масової людини», готової прийняти вигадану реальність, де межа між фактом і вигадкою стирається. Тож логічно припустити, що постправда відтворює ключові механізми, які Арендт описала для тоталітарних систем: факти перестають бути визначальними, а емоційно привабливі або повторювані наративи та альтернативні «істини» заміщують реальність [50].

Ну і на останок для більш об'ємного та різнобокого розгляду цього питання я б хотів звернутись до поглядів Карла Поппера та Ліотара, які я вже розглядав у своїй минулій роботі. Звернення до їх поглядів в контексті дослідження генези постправди є необхідним кроком для реконструкції процесу десакралізації класичного поняття істини. Саме їхні концепції стали тими поворотними точками в історії думки XX століття, які теоретично підготували ґрунт для сучасного епістемічного релятивізму. Поппер, руйнуючи монополію на абсолютну істину заради боротьби з тоталітаризмом, та Ліотар, констатуючи розпад єдиного поля знання на локальні наративи, фактично описали механізми, які згодом уможливили перехід від модерної об'єктивності до ситуації постправди, де факт остаточно втрачає свій онтологічний пріоритет. Ліотар закладає безпосередній концептуальний фундамент для епохи постправди, радикально відкидаючи ідею універсальності істини. У своїй концепції постмодерну він стверджує, що замість єдиної абсолютної істини існує множинність «локальних істин», кожна з яких має свою легітимність у відповідному культурному чи соціальному контексті. Ця відмова від метанаративів та визнання рівноправності різних "мовних ігор" створює ідеальне філософське підґрунтя для ситуації постправди, де об'єктивні факти втрачають свій пріоритет перед суб'єктивними інтерпретаціями та емоційними наративами [31].

А Карл Поппер у своїй полеміці з платонівським «утопізмом» та тоталітаризмом застерігає від небезпеки претензій на володіння абсолютною істиною, оскільки це неминуче веде до авторитаризму та пригнічення альтернативних думок. Для розуміння передумов постправди важливою є його концепція «відкритого суспільства», де істина не є статичною догмою, а тимчасовим і контингентним знанням, яке завжди відкрите до спростування (принцип фальсифікації) та критичного переосмислення. Попперівський підхід десакралізує істину як інструмент влади, легітимізуючи плюралізм думок, що є необхідною, хоча й недостатньою, умовою для виникнення феномену постправди, де критична дискусія часто підміняється релятивізмом [67].

1.3 Постправда як трансформація суб'єктності: перехід від автономного раціонального суб'єкта до індивіда, сформованого зовнішніми інформаційними впливами

Феномен постправди постає не лише як комунікативна проблема, а як чинник глибинної трансформації механізмів формування суб'єктності. У сучасних інтелектуальних дискусіях це поняття позначає такий стан суспільно-політичного середовища, у якому істина втрачає регулятивну функцію та перестає слугувати критерієм публічного судження. Інтелектуальні передумови постправди сформувалися в межах постмодерністської парадигми, яка легітимізувала релятивізм і деконструювала категорію об'єктивної істини: за таких умов індивід перестає бути пасивним споживачем інформації та стає активним учасником дискурсу, істина трансформується з відповідності фактам у результат особистої інтерпретації та емоційного резонансу. У публічному просторі поступово домінують не раціональні аргументи, а емоційні реакції та здатність висловлювання мобілізувати аудиторію.

Ці процеси отримали технологічне підсилення внаслідок цифровізації та появи соціальних медіа, що спричинило демасовізацію комунікації. Інтернет створив ілюзію індивідуальної автономії: користувачу здається, що він вільно

формує власні переконання й самостійно відбирає інформацію. Більше того, можливість самостійно продукувати контент посилила відчуття медійної впливовості, однак інформаційні потоки насправді структуровані алгоритмами, які підлаштовуються під поведінкову історію користувача. Так формуються «ехо-камери» - замкнені інформаційні простори, де посилюються власні переконання та мінімізується контакт із альтернативними позиціями [72]. У таких умовах ідентичність дедалі частіше конструюється на основі селективного сприйняття, що сприяє деформації критичного мислення та заміні процедур верифікації фактів емоційним підтвердженням. Експертне знання знецінюється, натомість суб'єктивний досвід набуває статусу «правди».

В свою чергу, масивність інформаційних потоків унеможлиблює їх критичне опрацювання, а разом із достовірними даними поширюються чутки, конспірологія та інформаційні симуляції. При цьому, масова свідомість описується як схильна до спрощених інтерпретацій та стереотипних суджень. Людина маси прагне не лише фактичної інформації, а й готових інтерпретацій та оцінок, що знижують тривогу та забезпечують психологічний комфорт. Задовольняючи цей запит, медіа пропонують не лише знання, а й емоційні компенсації, спрямовані на стабілізацію ідентичності. Додатковим чинником занурення у простір постправди є гіперреальність - сконструйована технологічно посилена реальність, яка продукує образи, недоступні у повсякденному досвіді. Медійні симулякри заміщують матеріальну реальність і стають моделями бажаного, а прагнення «підсилити» події через ідеалізовані образи перетворюється на системний механізм впливу.

Віртуальний простір формує специфічну комунікаційну реальність, де складність людських стосунків редукується до символічних моделей. Соціальна активність дедалі більше набуває характеру ігрової поведінки, а гіперреальність сприяє поширенню альтернативних версій подій, привабливіших, ніж неприємні факти [36]. У політичному вимірі ці тенденції створюють сприятливе середовище для маніпуляцій. Популістські та авторитарні актори використовують емоційну

вразливість аудиторії, алгоритми соцмереж і ботоферми для створення ефекту уявної більшості. Накопичений ефект постправди свідчить про кризу модерної демократичної моделі, в основі якої лежала раціональна дискусія, авторитет експертних знань та автономія громадянина. Сучасні політичні стратегії дедалі частіше орієнтовані на емоційність, візуальність і миттєві реакції, що підсилюється алгоритмічними системами масового впливу на сприйняття [72].

При цьому, мас-медіа остаточно втрачають претензію на об'єктивність: кожен медіатекст є інтерпретацією, забарвленою певними інтересами. У режимі постправди факти легко витісняються фейками, спотвореннями та спекуляціями, а істина постає лише однією з багатьох позицій, серед яких перемагає той, хто здатний забезпечити найбільше охоплення [36]. Так виникає парадокс сучасної суб'єктності: переконаність в автономності поєднується з фактичним підпорядкуванням технологічному та ідеологічному моделюванню. Замикання в інформаційних бульбашках породжує поляризацію, що трансформує комунікацію на сукупність паралельних монологів і руйнує простір порозуміння [72]. Постправда стає емоційно привабливою альтернативою критичному мисленню, а традиційне філософське розуміння істини втрачає актуальність, адже сама реальність піддається сумніву, якщо не відповідає бажаній емоційній картині. Натомість довіра до медіа різко знижується через сприйняття їх як вибіркового і хаотичного [36].

У цьому контексті особливо виразною стає трансформація суб'єктності: автономний раціональний суб'єкт модерності поступається місцем індивідові, чия ідентичність формують зовнішні інформаційні впливи. Саме тому роль філософії суттєво посилюється. На відміну від емпіричних наук, що часто приймають модель суб'єкта як дану, філософія критично досліджує її передумови та аналізує, як індивідуальність змінюється під впливом медіасередовища. По-перше, філософія пояснює, яким чином інформаційні рамки визначають способи самоусвідомлення. У середовищі постправди політичні конфлікти постають не як зіткнення фактів, а як конкуренція інтерпретацій, що формують різні моделі «я»

та «спільноти». Навіть апеляція до спільних понять (наприклад, «свобода») приховує різні концепції суб'єктності - від суб'єкта, який захищається від зовнішнього впливу, до суб'єкта, що прагне умов для самореалізації. Філософський аналіз робить видимими ці приховані конструкти й механізми формування суб'єктивного досвіду. По-друге, філософія розвиває культуру аргументованої незгоди, яка протистоїть фрагментації суб'єкта та реактивності. Вона підтримує здатність до рефлексії, інтелектуальну скромність і готовність визнавати неоднозначність власних переконань, що відновлює автономію індивіда, підмінювану в епоху постправди емоційною поляризацією. По-третє, філософія відкриває можливість мислення поза межами наявних дискурсивних рамок. Постправа звужує уяву до готових ідеологічних патернів, тоді як філософське здивування й критика очевидного дозволяють уявляти нові моделі суб'єктності та спільнотності - такі, що поєднують особисту автономію з усвідомленням взаємозалежності та медіаумовності сучасного досвіду.

Також слід зазначити, що поширення популізму та конспірологічних наративів демонструє вразливість суб'єктності в умовах постправди: просте спростування фактами неефективне, оскільки ці наративи стабілізують емоційний стан дезорієнтованих індивідів. Філософський аналіз дозволяє виявити потреби - у безпеці, належності, визнанні - які лежать в їх основі та впливають на структуру суб'єкта.

Таким чином, філософія постає не лише як інструмент концептуальної ясності, а як механізм відновлення суб'єктності. Вона повертає індивідові здатність до рефлексії та критичного осмислення інформації, що дозволяє формувати позицію, не зведену до продукту зовнішніх інформаційних впливів [51].

Висновок

Отже, проведений теоретичний аналіз феномену постправди дозволяє сформулювати низку принципових висновків щодо природи, історичних витоків

та концептуальних підвалин цього явища, а також його впливу на трансформацію сучасної суб'єктності.

Насамперед, постправда являє собою значно складніше та багатовимірніше явище, ніж проста брехня чи пропаганда. Це комплексний феномен, що поєднує маніпулятивну природу, множинність істин, механізми інтерпретації та філософський плюралізм. На відміну від традиційної неправди, постправда не заперечує правду безпосередньо, а переосмислює її, створюючи альтернативні факти та спонукаючи до віри в їхню правдивість. Ключовою особливістю постправди є те, що вона функціонує в умовах, коли емоційна привабливість наративу стає важливішою за його фактичну точність, а суб'єктивні почуття отримують пріоритет над об'єктивними даними у формуванні переконань.

Історична ретроспектива свідчить про поступове нагромадження передумов для розвитку постправди упродовж XX століття. Від тоталітарної пропаганди 1920–1950-х років, через дезінформаційні технології Холодної війни, до глобального переходу від раціональних моделей осмислення дійсності до емоційно орієнтованих у 1980-х роках - кожен із цих етапів сприяв формуванню сучасного інформаційного середовища. Остаточне інституційне оформлення феномену відбулося на початку XXI століття, коли Brexit та перемога Дональда Трампа у 2016 році продемонстрували, що постправда перейшла з маргінального інструмента маніпуляції до статусу провідної політичної стратегії навіть у демократичних державах.

Водночас філософські корені постправди сягають глибоко в історію західної думки. Вже діалог між Парменідом і Гераклітом закладав інтелектуальні передумови дискусій про відносність та множинність істини. Однак найбільш безпосередній вплив на формування концептуального підґрунтя постправди справили філософські традиції останніх двох століть: скептицизм Юма щодо причинності, ніцшеанський перспективізм і концепція «волі до влади», деконструктивістська практика Дерріда, фукоанський аналіз влади-знання,

бодріарівська теорія симулякрів та симуляції. Усі ці інтелектуальні напрацювання сприяли поступовій делегітимізації ідеї об'єктивної істини та створили теоретичний простір для виникнення постправди як соціально-політичного феномену.

Особливої уваги заслуговує подвійна роль постмодерністського релятивізму і конструктивізму у формуванні епохи постправди. З одного боку, постмодерністська критика універсальних наративів і визнання множинності перспектив стали важливим кроком у демократизації знання та подоланні тоталітарних претензій на абсолютну істину. З іншого боку, радикальне заперечення можливості об'єктивного пізнання створило інтелектуальне середовище, у якому будь-яка версія реальності може претендувати на легітимність незалежно від фактичного підтвердження. Це призвело до ситуації, коли критерій відповідності фактам поступився місцем критерію ефективності: істинним стає те, що дає політичний результат, викликає емоційний резонанс і мобілізує аудиторію.

Не менш важливими є психологічні механізми сприйняття інформації, які суттєво посилюють дієвість постправди. Когнітивний дисонанс, ефект підтвердження власних переконань та емоційна привабливість спрощених наративів створюють сприятливе середовище для поширення альтернативних фактів. Постправда пропонує комфортну модель реальності, що знижує тривожність і забезпечує психологічну компенсацію в умовах складності та невизначеності сучасного світу. Це пояснює, чому спростування фактами часто виявляється неефективним: люди схильні відстоювати хибні наративи, якщо ті відповідають їхнім емоційним потребам і усталеним переконанням.

Додатковим каталізатором стала цифрова революція та поява соціальних медіа, що перетворили постправду з периферійного явища на домінуючу характеристику сучасного публічного дискурсу. Алгоритмічна персоналізація інформаційних потоків створює простір, де користувачі стикаються переважно з

контентом, що підтверджує їхні наявні переконання. Демасовізація комунікації створила ілюзію індивідуальної автономії та медійної впливовості, однак насправді структурування інформаційних потоків алгоритмами призводить до нових форм маніпуляції та контролю. Можливість самостійно продукувати контент не означає звільнення від зовнішніх впливів - навпаки, вона часто посилює вразливість до цілеспрямованих інформаційних операцій.

Варто також наголосити, що постправда перебуває у тісному симбіозі з популізмом: постправда забезпечує комунікативну технологію популізму, пропонуючи мову емоцій замість мови фактів, тоді як популізм стає політичною формою втілення постправди. Обидва явища ґрунтуються на зверненні до емоцій і бажань аудиторії, ефективно мобілізують маргіналізовані групи населення і водночас поляризують суспільство. Це створює загрозу для демократичних інститутів, що історично спиралися на раціональну дискусію, авторитет експертного знання та автономію громадянина як раціонального суб'єкта.

У теоретичному плані концептуалізації постправди, запропоновані такими дослідниками, як Лі Макінтайр, Дженніфер Кавана та Майкл Річ, продемонстрували важливість міждисциплінарного підходу до аналізу цього явища. Постправда постає як розмивання межі між фактом і думкою, як підпорядкування реальності політичним цілям, як форма ідеологічного панування. Водночас критика цих підходів вказує на необхідність більш глибокого залучення соціальної епістемології, уваги до структурних та інституційних чинників, а також виваженішої оцінки ролі постмодернізму - не як «вини» за постправду, а як важливого етапу критичної рефлексії щодо природи знання та влади.

При цьому, найбільш вагомим наслідком епохи постправди є трансформація самої суб'єктності. Автономний раціональний суб'єкт модерності, здатний до критичного мислення та незалежного судження, поступається місцем індивідові, чия ідентичність значною мірою формується зовнішніми інформаційними впливами. Експертне знання знецінюється, суб'єктивний досвід набуває статусу

правди, а масивність інформаційних потоків унеможлиблює їхнє критичне опрацювання. Виникає парадоксальна ситуація: переконаність в автономності поєднується з фактичним підпорядкуванням технологічному та ідеологічному моделюванню. Замикання в інформаційних бульбашках породжує поляризацію та руйнує простір порозуміння, трансформуючи публічну комунікацію на сукупність паралельних монологів.

Відповідно, у цих умовах роль філософії не тільки зберігається, а й суттєво посилюється. Філософія виконує три критично важливі функції: пояснює, яким чином інформаційні рамки визначають способи самоусвідомлення, розвиває культуру аргументованої незгоди та інтелектуальної скромності, відкриває можливість мислення поза межами наявних дискурсивних рамок. На відміну від емпіричних наук, що часто приймають модель суб'єкта як дану, філософія критично досліджує її передумови та аналізує механізми формування суб'єктивного досвіду в медіасередовищі. Саме філософський аналіз дозволяє виявити приховані концептуальні рамки, що структурують політичні конфлікти як конкуренцію інтерпретацій, і повертає індивідові здатність до рефлексії та критичного осмислення інформації.

Зрештою, узагальнюючи проведений аналіз, можна стверджувати, що постправа є не тимчасовим відхиленням або аномалією, а системним проявом сучасної епістеми, що виникла на перетині філософського релятивізму, психологічних особливостей масової свідомості, технологічних трансформацій медіасередовища та кризи традиційних демократичних інститутів. За таких обставин подолання деструктивних наслідків постправа вимагає не простого повернення до фактів, а фундаментального переосмислення механізмів формування публічної сфери, відновлення культури раціональної дискусії та створення нових форм критичної медіаграмотності. Особливо важливим є збереження та розвиток філософської рефлексії як засобу відновлення автономної суб'єктності - здатності індивіда формувати власну позицію на основі критичного аналізу, а не як пасивного продукту зовнішніх інформаційних впливів. Лише

через таке комплексне переосмислення можливе створення інтелектуального та інституційного імунітету проти маніпулятивних практик епохи постправди.

РОЗДІЛ 2. ПРОПАГАНДА В УМОВАХ ПОСТПРАВДИ: ОНТОЛОГІЧНИЙ, РИТОРИЧНИЙ ТА ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ

2.1. Еволюція пропаганди та сучасні форми впливу

Передусім слід виходити з того, що для кращого філософського осмислення явища пропаганди доцільно спершу реконструювати контекст її формування, виявити основні етапи її еволюції, відповідно, варто спершу дослідити історичний розвиток явища пропаганди.

Таким чином, витoki пропаганди сягають глибокої давнини, коли вона існувала у формі усної творчості для поширення суспільних норм щодо цінностей, відомостей про традиції, обряди чи зразки поведінки, через виступи народних піснярів, проповідників та глашатаїв перед натовпами на майданах. У середині XVIII століття до н. е. вавилонський цар Хаммурапі створив Звід законів, спрямований на захист чинного устрою та встановлення справедливості, де перші рядки містили приклади пропаганди, оскільки більшість законів захищали інтереси заможних верств за рахунок пригнічення та експлуатації безправних і бідних людей. В Античній Греції пропаганда активно застосовувалася в політичному житті через виступи політиків-ораторів на аренах амфітеатрів, де вони виголошували ідеї, концепції та пропозиції щодо покращення життя в країні, опановуючи ораторське мистецтво як обов'язкову навичку для впливу на аудиторію красномовством і переконанням, роблячи кожен виступ насиченим елементами пропаганди, оскільки без цього оратора не чули на задніх рядах.

У Середньовіччі ж перші приклади пропагандистських настроїв виявляються в діяльності Петра Ам'єнського, який емоційними промовами перед натовпом переконував людей у необхідності Хрестових походів, спонукаючи

тисячі селян з ентузіазмом брати хрести, ніби виконуючи його наказ. А у Х столітті великий князь київський Святослав перед походами на ворожу державу голосно промовляв: «Іду на ви», що слугувало потужним гаслом пропагандистського характеру, що змушувало ворога нервувати і тремтіти від самих слів [74].

Взагалі, слово «пропаганда» походить від латинського «propagare» – поширювати, розповсюджувати, і пов'язане з *Sacra Congregatio de propaganda fide* (Священна конгрегація пропаганди віри) заснованою Папою Григорієм XV у 1622 році: ця колегія з 13 кардиналів розглядала питання професіоналізації місіонерської діяльності Католицької церкви для сприяння Контрреформації, роблячи поняття пропаганди вперше застосованим до сфери комунікації. Через привласнення терміну Католицькою церквою, пропаганда набула позитивного значення в католицьких регіонах, тоді як у протестантських – негативного, хоча з часом протестанти прийняли його для опису своєї місіонерської діяльності.

В свою чергу, у період Просвітництва пропаганда асоціювалася з таємними та неконтрольованими махінаціями вузької правлячої еліти, коли письменники епохи визначали Священну конгрегацію пропаганди віри як таємне агентство, що систематично тримало людей у стані «інтелектуальної незрілості».

А докорінно змінила сприйняття пропаганди як комунікаційного засобу Французька революція: у революційному Парижі якобінці розглядали пропаганду як законне право поширювати революційні ідеали за межами Франції. Їхні противники, однак, побачили в цьому загрозу - вони порівнювали революційну пропаганду з католицькою Конгрегацією пропаганди віри, але з протилежною метою: замість поширення християнства французька революція намагалась його знищити. У їхньому розумінні пропаганда була таємною структурою, спрямованою на радикальне перетворення світового порядку [66].

Наприкінці XIX століття ефективність пропаганди значно зросла завдяки розвитку засобів масової комунікації та вдосконаленню транспортної системи, що

дозволило охопити ширшу аудиторію та швидше поширювати повідомлення. А під час Першої світової війни пропаганда набула особливого значення для підняття морального духу населення та зміцнення соціальних зв'язків, шляхом застосування різноманітних інструментів, таких як: плакати, вірші, листівки, фотографії та радіопередачі, що остаточно закріпило роль мас-медіа як ключового каналу для її поширення.

У другій половині XX століття лідери тоталітарних режимів у Німеччині, Радянському Союзі та Італії активно використовували пропаганду, спираючись на внутрішню конформність населення, яке не лише приймало нав'язані ідеї, але й внутрішньо переконувало себе в їхній правильності, що полегшувало маніпуляцію масами.

В свою чергу, під час Холодної війни країни Заходу та СРСР широко застосовували пропаганду через радіо, телебачення та кіно, впливаючи на глобальну аудиторію; аналогічно, Фідель Кастро під час Кубинської революції підкреслював її роль, а у В'єтнамській війні з'явилися спеціалісти з політичної пропаганди, які ефективно маніпулювали громадською думкою.

Що ж стосовно сучасної пропаганди, то важливо зауважити, що вона фактично виникла разом із суспільством споживання для ефективного стимулювання попиту через зростання виробництва товарів, а в політиці – для роботи з масовою свідомістю через апатію виборців. Жак Елюль, французький філософ, підкреслив, що тоталітарним державам пропаганда менш потрібна через насильницькі методи, тоді як демократичним – необхідні складні форми пропаганди, роблячи її різновидом масової комунікації для поширення інформації, формування суспільної думки, схвалення ідей, координації зусиль, прийняття рішень та інтегративної функції в суспільстві.

Взагалі, узагальнюючи механізми поширення інформації протягом історії, можна виділити наступні моделі пропаганди: вертикальна суб'єкт-об'єктна структура як монологічна пропаганда за схемою стимул-реакція з комплексним

впливом, наполегливим спонуканням, навмисністю, сильним тиском без зворотного зв'язку, ефективна через зовнішній тиск і примус, типова для авторитарної пропаганди в тоталітарних державах, та горизонтальна суб'єкт-суб'єктна структура як інтерактивна комунікація зі зворотним зв'язком, м'яким і непомітним впливом, визначена як всеохоплююча і послідовна діяльність з науковим підґрунтям психології, антропології, соціології тощо для інформаційного оформлення подій і формування суспільного ставлення, активного чи пасивного, як інструмент завоювання схвалення та підтримки в сучасному суспільстві.

Крім того, філософсько-теоретичне осмислення пропаганди Жаком Елюлем передбачає виокремлення концепції ортодоксії та ортопраксії, пов'язані з розумінням сутності людини: ортодоксія спрямована на зміну переконань і формування прихильності до доктрин, сформована у XVIII столітті на антропологічних засадах Просвітництва, де людина – розумна істота, орієнтована розумом, тому пропаганда-ортодоксія змінює світоглядні установки. Натомість еволюція до пропаганди-ортопраксії ґрунтується на сучасних концепціях людини, як тілесність – стабілізуюча структура і єдність досвіду, що долає дихотомію душі й тіла, як неусвідомлений горизонт досвіду до мислення, де свідомість тілесно локалізована і формується через «я можу», а не «я думаю», роблячи тілесність онтологічною категорією, первинною і недосяжною для рефлексії, тому вплив через досвід глибший за логічне переконання.

Вплив через тілесність здійснюється завдяки міметичній діяльності – тілесному повторенню та наслідуванню, де людське тіло – результат міметичних процесів для присвоєння культурного знання через перформативність тіла та тілесні інсценування. Це пояснюється нейрофізіологією дзеркальних нейронів, що активізуються під час спостереження, імітації та наслідування, відіграючи роль у антропогенезі для розвитку мови, навчання, емпатії, розуміння свідомості іншого, роблячи людину орієнтованою на інших, тому пізнання, навчання та вплив відбуваються через тілесність, відчуття і досвід: на цих засадах пропаганда-

ортопраксія впливає через діяльність, формуючи готовність до дій і трансформуючи світогляд, як у мітингах, демонстраціях, флешмобах, марафонах тощо.

Безсумнівно, пряме переконання мас є малоефективним через тривалість аргументації та інтерпретацію інформації, тому еволюція пропаганди пішла до непрямого переконання, де комуніканти підштовхуються до бажаного погляду несвідомо, що формує в них переконання-вірування як некритичне сприйняття інформації через приєднання до захоплюючого образу, а отже, робить пропаганду непомітною, коли ідеї сприймаються як власні.

Виокремлюють також конструктивну пропаганду (творення, просвіта, стійкість, героїзм) і деструктивну (руйнування, розбрат, залякування, відчай). При цьому, концепція ортопраксії співпадає з нейро-лінгвістичним програмуванням, де дія визначається нейронними зв'язками, що оновлюються досвідом, опосередкованими мовою, дозволяючи програмувати на діяльність, формуючи рефлексии чи якорі для залучення до дій, узгоджено з теорією когнітивного дисонансу, де невідповідність переконань і досвіду призводить до зміни переконань через досвід. Слід також зауважити, що концепція ортопраксії вимагає бінарного режиму пропаганди: попередньої пропаганди як непомітної, спрямованої на створення соціокультурного та психологічного контексту через повільний, постійний вплив міфами, ритуалами, стереотипною поведінкою, формування масових звичаїв та образів життя, де комуніканти несвідомо засвоюють критерії оцінки як власні, подібно до виховання, але м'яко: наприклад, через привабливий приклад, з метою формування готовності до дій, не завжди очевидних. Натомість цілеспрямована пропаганда-агітація мобілізує на конкретну дію чи реакцію в ситуації, працюючи з ідеями, символами та суспільною думкою. Ефективність сучасної пропаганди обумовлена періодичним колективним досвідом, формуванням умовних рефлексів на слова, знаки, символи для певних реакцій, та ритуалами, що структурують життя, включають у соціальний порядок, представляють соціальну пам'ять колективів [35].

Важливо також розуміти різноманітні форми впливу пропаганди, оскільки вона може діяти як відкрито, так і приховано, тим самим створюючи в суспільстві потрібні настрої та переконання. Тож розрізняють приховану («чорну») пропаганду та пряму («білу») пропаганду як основні форми впливу на суспільну свідомість. Прихована пропаганда не розкриває своїх цілей, авторів чи намірів, що унеможлиблює усвідомлення аудиторією самого факту маніпуляції; вона непомітно формує способи мислення, ставлення до подій і поведінкові патерни, часто через створення містичної атмосфери та таємничості. Пряма пропаганда, навпаки, відкрито декларує свої наміри, іноді інституціоналізуючись у спеціалізованих органах, де автори та завдання чітко позначені, а аудиторія свідомо сприймає спробу впливу.

На практиці обидві форми співіснують і виконують різні функції: пряма пропаганда ефективна в разі застосування щодо зовнішнього ворога через відкритий тиск, крім того, вона слугує внутрішній аудиторії як фактор стабілізації, адже демонструє силу й організацію, прихована ж пропаганда застосовується переважно до власного населення і вимагає значно тонших і різноманітніших прийомів. Проте найефективнішим є саме гібридний підхід: пряма пропаганда запозичує елементи прихованого впливу, а прихована маскується під відкриту.

За класифікацією ж Гарольда Ласуелла, відомого політолога й теоретика комунікації, розрізняють «односпрямовану» пропаганду, коли ініціатор особисто залучений до кампанії шляхом демонстрації зацікавленості й чесності для спонукання аудиторії повторювати його дії та приймати ідеї (характерно для демократичних систем), та «різноспрямовану» пропаганду, що виникає за наявності непримиренних розбіжностей між елітою та населенням, коли перші примусово нав'язують мислення, а другі лише симулюють підкорення (типово для авторитарних режимів) [46].

Незважаючи на різноманітність форм пропаганди, в академічному дискурсі панує традиційний погляд на пропаганду як явище, що принципово пов'язане з

ірраціональністю аудиторії. За цим розумінням пропаганда працює саме тому, що змушує людей перестати думати раціонально - вона спирається на емоційні маніпуляції, логічні суперечності або придушення раціонального судження. Однак такий підхід охоплює не всі випадки пропаганди. Існують форми пропагандистського впливу, які функціонують цілком на раціональній основі - людина отримує матеріальні докази чи спостерігає дійсні факти, на основі яких вона цілком логічно переглядає свої переконання. Розуміння цих форм потребує розрізнення між двома принципово різними механізмами передачі інформації: розповіддю та показуванням.

Коли хтось щось розповідає, він намагається викликати переконання, сподіваючись, що аудиторія визнає його намір і саме через це визнання переконується. Натомість коли хтось щось показує - надає фотографію, демонструє факт чи ситуацію - аудиторія може дійти переконання навіть без усвідомлення авторських намірів. Саме цей механізм показування є принципово важливим для розуміння тих форм пропаганди, які спираються на раціональність, а не на її порушення. Наприклад, існує жорстка пропаганда, тобто абсурдні, очевидно неправдиві твердження про величину лідера чи непогрішимість режиму, які громадяни легко розпізнають як брехню. Однак держава досягає своєї мети не переконанням людей, а показуванням своєї сили: саме факт того, що вона монополізує медійний простір і змушує людей повторювати ці абсурдні твердження, передає реальне послання - режим достатньо впливовий, щоб контролювати навіть те, що люди говорять, незважаючи на їхні справжні переконання. Це раціональна основа для висновку про державну могутність. За вже згаданим в межах 1 Розділу філософом Річардом Рорті, такий конфлікт між змущеною поведінкою та справжніми переконаннями може породжувати ірраціональність як побічний ефект - людина втрачає можливість осмислити себе як одне ціле, оскільки більше не може пояснити собі, чому вона діяла всупереч своїм принципам. Але це не основний механізм дії жорсткої пропаганди, а лише її наслідок. Поряд із жорсткою пропагандою існує інший тип пропаганди, який

також функціонує через показування - пропаганда діянням, анархістський винахід, що використовує протести, акти саботажу чи демонстрації як засіб матеріальної демонстрації влади. На відміну від розповідання про проблеми, такі дії безпосередньо показують аудиторії те, про що йдеться. Людина раціонально переглядає свої переконання на основі спостережуваних доказів - саме те, що відомий філософ і лінгвіст Пол Грайс називає парадигматичною раціональною діяльністю. Таким чином, обидва типи пропаганди - жорстка пропаганда і пропаганда діянням - функціонують через показування, спрямовуючи увагу аудиторії на матеріальні докази, які люди можуть раціонально оцінювати. Тому вони служать контрприкладми до твердження, що пропаганда принципово залежить від ірраціональності аудиторії. Навпаки, вони експлуатують саме раціональність людей - їхню здатність робити логічні висновки на основі того, що вони спостерігають [54].

2.2. Риторичні стратегії пропаганди: механізми переконливості та ефект правдоподібності.

Хочеться почати з того, що філософський аналіз явищ людської комунікації потребує риторичної перспективи, оскільки риторика досліджує не те, як люди логічно повинні мислити, а те, як вони насправді думають і переконуються. Матс Розенгрєн, видатний шведський філософ, показав, що люди оперують не абсолютним знанням (епістемою), а правдоподібними судженнями та оцінками (доксою). Це означає, що філософський аналіз комунікації мусить враховувати, як люди конструюють смисли через дискурс, встановлюють цінності та взаємодіють у спільному комунікативному просторі.

Пропаганда являє собою конкретний випадок такої риторичної практики - вона розгортається саме на полі людської персуазивної комунікації, де мовець намагається переконати аудиторію та схилити її до певних дій [20]. Хоча пропаганда часто асоціюється з дезінформацією та маніпуляцією, важливо розуміти, що вона функціонує за допомогою тих самих риторичних канонів та

інструментів, що й легітимна риторика - від п'яти канонів риторики до аристотелівської моделі етоса, патоса та логоса. Різниця полягає не в самих інструментах, а в тому, як вони застосовуються: якщо риторика прагне надати найсильніші докази на підтримку тверджень, то пропаганда часто маніпулює фактами й надмірно акцентує на емоційному впливі, підпорядковуючи логос етосу та патосу. Філософське дослідження пропаганди тому не може обійтися без деталізованого аналізу цих риторичних стратегій - того, як саме мовець конструює довіру, викликає емоції та використовує мову, щоб переконати аудиторію розділити його ідеологічні позиції. Тому філософське дослідження пропаганди мусить включити аналіз риторичних стратегій, через які вона конкретно здійснює свій вплив [53].

Тож одним з ключових інструментів для аналізу риторичних стратегій пропаганди є неориторика, розроблена бельгійським філософом і теоретиком права Хаїмом Перельманом, оскільки вона фокусується на механізмах переконливості через адаптовані аргументи, що створюють ефект правдоподібності для аудиторії, дозволяючи пропаганді маніпулювати думками без формальної логіки, спираючись на сильніші чи слабші аргументи в контексті цінностей і дій.

Важливо пригадати, що Хаїм Перельман критикував логічний позитивізм і формальну логіку за непридатність до неоднозначних питань, пропонуючи оцінювати аргументи за переконливістю для конкретної аудиторії, протистоячи картезіанському раціоналізму, а це, в свою чергу, безпосередньо стосується пропаганди, де об'єктивна істина замінюється правдоподібними конструкціями для формування суспільної згоди та маніпуляції масами.

У праці «Нова риторика: Трактат з аргументації», співавторами якої були Хаїм Перельман і Л. Ольбрехт-Тітека, було розширено сферу риторики до будь-яких дискурсів для переконання, започаткувавши «риторичний поворот»: об'єктом стали аргументи, з акцентом на діалектичне доведення (припустиме,

звернене до людей), що повертає риториці функції *inventio* та *dispositio* як теорії аргументації – ідеально для розкриття пропагандистських стратегій, де переконливість будується на ситуативних, а не абсолютних доказах.

Перельман розглядав риторику як форму неформальної логіки, придатної для практичних сфер, зближуючи її з логічним мисленням, але зосереджуючись на конкретних процедурах доведення, що спираються на логос і етос. Патос він відкидав як чинник, несумісний із раціональністю. Метою риторики Перельман вважав вироблення методів переконання скептиків - саме це й стало підґрунтям його теорії аргументації. Такий підхід дозволяє аналізувати пропаганду як раціоналізовану форму маніпуляції, у якій ефект правдоподібності створюється за допомогою контекстуальних аргументів, а не емоційного тиску.

Аргументація, за Перельманом, спрямована на зміну переконань аудиторії та досягнення згоди, консенсусу й практичної дії. Вона завжди адресована конкретному реципієнтові й залежна від його уявлень та цінностей. Будь-яка комунікація, що впливає на мислення чи поведінку, належить до риторики, а аргументація, у свою чергу, «творить» свою аудиторію, пристосовуючи зміст і форму до її очікувань. Саме через цю здатність до адаптації можна пояснити механізми пропаганди: її правдоподібність виникає тоді, коли вона говорить мовою реципієнта й провокує не лише розуміння, а й мобілізацію до певних дій.

Перельман розрізняв універсальну аудиторію (раціональне звернення до реального через факти для упевнення) та конкретну (звернення до цінностей для переконання в бажаному). Універсальна слугує етичним регулятивом проти маніпуляції, що критично для вивчення пропаганди, де ефект правдоподібності досягається через імітацію раціональності для універсальної аудиторії або експлуатацію упереджень конкретної. Класифікація аргументів Перельмана включає квазілогічні (наближені до доказів з дефініціями та відношеннями), на структурі реальності (послідовні та співіснування) та такі, що продукують реальність (приклад, модель, аналогія). Останній зближує з фігурами, де

метафори направляють думку, дозволяючи пропаганді створювати правдоподібну версію дійсності через асоціації та дисоціації для маніпулятивної переконливості.

Перельман наголошував, що переконання формується через конкретні мовні засоби - епітети, модальність, типи тверджень і граматичні відношення. Кожен дискурс має власні прийоми, тому аналіз філософських чи юридичних текстів показує, як саме працює аргументація. Такий підхід дає змогу виявити в пропаганді стилістичні та граматичні механізми, які створюють ефект правдоподібності та забезпечують приховану маніпуляцію [30]. Відтак наступним логічним кроком буде аналіз риторичних фігур, що відіграють ключову роль у створенні переконливості пропаганди (риторичні фігури в пропаганді систематично замінюють логічні докази емоційними асоціаціями та образами, виходячи далеко за межі простого орнаментування мови та функціонуючи як потужні інструменти впливу, здатні перенаправляти сприйняття аудиторії та формувати конкретні переконання через шляхи, які обходять раціональну критику, створюючи ефект правдоподібності без опори на структурований набір посилок та висновків [60], [56]:

- Ентимема, як одна з основних риторичних стратегій у пропаганді, становить собою вид умовиводу, що забезпечує механізм переконливості через використання імпліцитних, тобто невисловлених, посилок, дозволяючи створювати ефект правдоподібності без необхідності повного логічного обґрунтування, спираючись переважно на ймовірності та ознаки, які роблять аргумент адаптованим до конкретної аудиторії та ситуації, тим самим посилюючи маніпулятивний вплив на маси без прямого раціонального доведення. Аристотель визначав ентимему як умовивід, при якому певні засновки призводять до висновку універсально або переважно, надаючи їй винятково важливе місце в риториці, де вона має справу з непостійними матеріями, такими як людські дії, і походить з ймовірностей та ознак, що відрізняє її від необхідних математичних доведень; саме ці властивості роблять ентимему ідеальним інструментом пропаганди, де

правдоподібність виникає з невисловлених засновок, які аудиторія вже знає й легко може відновити в процесі сприйняття, тим самим стаючи співучасницею переконання та посилюючи ефект маніпуляції без явної логічної структури. Дебати щодо імпліцитних посилок в ентимемі підкреслюють її гнучкість як стратегії пропаганди, де наукова спільнота розділилася на позиції від визнання імпліцитних посилок як дефініційної ознаки до їх трактування як пост-аристотелівського надбання чи непостійної властивості, що дозволяє створювати правдоподібні конструкції, в яких аудиторія заповнює прогалини власними упередженнями, роблячи аргумент переконливим без повного доведення та посилюючи маніпулятивний ефект через адаптацію до сприйняття реципієнтів. Амбівалентність терміна «ентимема» в Аристотеля, де він вживається принаймні у двох різних значеннях - від аргументів, що з'являються у фактичних текстах і завдячують переконливості не лише логічній структурі, але й стилістичній формі подання, до сконструйованих прикладів, які легко представляються як силогізми з трьома членами, - пояснює, чому пропаганда часто досягає переконливості не строгою логічною структурою, а саме формою подання, включаючи риторичний стиль з антитезами та риторичними запитаннями, що створюють ефект правдоподібності без раціонального контролю та посилюють вплив на аудиторію через комбінацію логіки з риторичним феноменом. Гетерогенність прикладів ентимем, від найпростіших, що легко редукуються до категоричних силогізмів, до складніших, які не піддаються простій силогістичній редукції, підкреслює в пропаганді можливість маскувати логічні недоліки правдоподібністю, особливо коли стилістична форма посилює переконливість без раціонального обґрунтування, дозволяючи створювати ілюзію очевидності через адаптацію до сприйняття аудиторії та обхід формалізованої логіки. Сучасна теорія аргументації пропонує збалансований підхід до ентимеми, виділяючи прагматичний рівень як мовленнєвий акт у риторичній ситуації з опущенням частин аргументу, які

аудиторія вже знає й може самостійно відновити, та логічний рівень з припущенням додаткової невисловленої посилки, що ідеально описує пропагандистський механізм, де правдоподібність досягається резонансом з уже наявними переконаннями, поєднуючи мінімальну логічну коректність із максимальною риторичною ефективністю для маніпуляції ставленнями та діями аудиторії [44]. Прикладом ентими є: всі колекціонери є збирачами. Третяков - збирач. У цьому випадку пропущено меншу посилку ("Третяков - колекціонер"), яка вважається або очевидною, або такою, що не потребує явного проголошення. Це робить аргумент формально неповним, але риторично ефективним, що є характерною ознакою ентими [25];

- Метафора в пропаганді, як один з найпотужніших риторичних засобів, переносить слово або вираз з одного семантичного поля в інше, створюючи непередбачені асоціації та визначаючи спосіб мислення аудиторії шляхом запозичення ознак та значень з одного концептуального контексту для застосування в іншому, що робить її надзвичайно ефективною, оскільки вона не потребує явного логічного обґрунтування, а пропонує цілісний образ із супутніми асоціаціями, який відразу сприймається аудиторією без рефлексії, замінюючи послідовне доведення метафоричною логікою, яка підтримує та легітимізує установки через невисловлені значення [60]. В якості прикладу використання метафори в межах політичного дискурсу можна навести висловлювання Віктора Ющенка за часів його президентства, спрямовані на формування громадської думки: «Ми маємо спільну долю» (у цьому вислові застосовано фаталістичну метафору, яка подає політичні та соціальні процеси як явища, зумовлені наперед визначеним «життєвим шляхом» нації. Метафора створює у слухачів відчуття глибокого внутрішнього зв'язку між громадянами та спільної відповідальності за майбутнє, водночас підсилюючи емоційний вплив промови), «Ми йдемо єдиною вірною дорогою» (Ця метафора розглядає розвиток держави як рух

визначеним шляхом, підкреслюючи неперервність і правильність обраного курсу. Метафора шляху виконує функцію аргументації: вона закріплює у масовій свідомості переконання, що політична стратегія є єдино можливою та виправданою) [10];

- Гіпербола в пропаганді, як риторична фігура, ґрунтується на навмисному перебільшенні, яке функціонує як замісник логічного аргументу, негайно помножуючи значущість явища через мовне перебільшення без вимірюваних доказів, апелюючи до емоційного сприйняття швидше, ніж до раціонального судження, і тим створюючи миттєвий ефект правдоподібності через емоційне посилення, яке робить аргумент переконливим без послідовного аналізу [56]. В якості прикладу в даному випадку доцільно навести уривок з промови Дональда Трампа, що стосується критики медичної реформи Барака Обами: «It's going up at numbers that nobody's ever seen worldwide» (це зростає до цифр, яких ніхто ніколи не бачив у всьому світі) - дана гіпербола спрямована на максимізацію уявного масштабу проблеми. Трамп стверджує, що темпи зростання витрат нібито не мають аналогів у світовій практиці, що об'єктивно неможливо підтвердити. Це перебільшення покликане створити враження безпрецедентності кризи, а також представити політичну програму опонента як абсолютно згубну [38];
- Епітет в пропаганді, як прикметниковий модифікатор іменника, функціонує як техніка, яка формує оцінку об'єкта без явного логічного доказу, інвестуючи в тканину висловлювання семантичне навантаження, яке аудиторія сприймає як готовий висновок, підкреслюючи негативні чи позитивні конотації без конкретних фактичних помилок чи обґрунтувань, і тим створюючи правдоподібність через модуляцію мовних ознак та уникнення раціонального аналізу [56]. Для наведення прикладу епітетів у пропаганді слід звернутись до висловів з промови Йозефа Геббельса (довірена особа Адольфа Гітлера) від 16 липня 1944 року, в якій він описує

можливу поразку Німеччини через епітети «безкінечні страждання» та «пекельні муки». Ці інтенсивно емоційні прикметникові конструкції створюють апокаліптичний образ майбутнього, у якому страждання набувають нескінченного й надчуттєвого характеру. Через гіперболізовані епітети політик формує «катастрофічний горизонт» - стан, коли страх стає домінантним емоційним чинником і підсилює лояльність до влади [26];

- Іронія та сарказм в пропаганді створюють контраст між явним смислом висловлювання та його скритим смислом, дозволяючи критику розгортатися без прямого логічного обґрунтування, замінюючи аналіз припущенням, що аудиторія розділяє авторське ставлення, і тим роблячи позицію правдоподібною через словесне розташування та тонус, без аналітичного розгляду реальних дій чи можливостей. В якості прикладу тут можна навести цитату Вінстона Черчилля: «We have not journeyed all this way across the centuries, across the oceans, across the mountains, across the prairies, because we are made of sugar candy» (Ми подолали весь цей шлях через століття, через океани, гори і прерії, не тому, що зроблені з цукру) - це є зразком іронії, заснованої на парадоксальному порівнянні людської стійкості з «цукерками» - продуктом, відомим своєю м'якістю та ламкістю. Через це зіставлення оратор непрямо підкреслює незламність духу нації, заперечуючи уявну крихкість. Іронія виконує тут мобілізаційну функцію: під виглядом жарту вона формує в аудиторії переконання у власній силі та здатності протистояти труднощам [56], [27];
- Риторичне питання та антитеза в пропаганді маскують аргументативну слабкість, де риторичне питання формулює утвердження у вигляді запитання, що не потребує відповіді, оскільки відповідь вже імпліцитно міститься, спонукаючи до замислення без логічної аргументації, а антитеза функціонує через протиставлення понять, створюючи враження логічної опозиції, яка насправді не обґрунтовується послідовним аргументом, а посилюється мовним ритмом і паралелізмом, роблячи переконливість

залежною від форми, а не змісту. В якості прикладу застосування риторичних питань в межах політичної арени можна навести запитання, озвучене Борисом Джонсоном у своїй промові щодо пандемії: «Are we really ready to live in a world where there is no struggle, only inaction?» (чи справді ми готові жити у світі, де немає боротьби, а є лише бездіяльність?). Це риторичне питання не потребує прямої відповіді, а спрямоване на активізацію мислення слухачів і емоційне включення у тему промови. Воно підкреслює серйозність проблеми та стимулює аудиторію до оцінки власної готовності протистояти викликам сучасного світу [Специфіка використання риторичних фігур у медійному просторі України], [Стилістичні засоби у сучасному англomовному дискурсі (на матеріалі політичних промов Елізабет Трасс та Бориса Джонсона)]. Що ж до антитези, то вона нерідко використовується саме засобами масової інформації, і зазвичай це конструкції на кшталт: «вона – працює. Вони заважають» (тут антитеза це: вона – вони) [29];

- Конотація та асоціація в пропаганді активують імпліцитні значення та неусвідомлені мисленнєві структури, замінюючи фактичний доказ готовим набором емоційних реакцій, що є одним із найефективніших механізмів створення правдоподібності, оскільки вживання слів з певними конотаціями переносить асоціації з одного контексту в інший, роблячи інформацію сприйнятною як небезпечну чи бажану без прямого логічного зв'язку. Наприклад, нерідко російські ЗМІ звертаються до негативних асоціацій («фашисти», «каральні війська», «хунта», «народний мер», «головорізи»), щоб сформувані в аудиторії відразу, страх або неприязнь до певних осіб чи груп осіб [60].

Варто також зауважити, що сучасне медійне середовище, трансформоване технологічним розвитком і появою цифрових платформ, робить риторичні стратегії пропаганди особливо ефективними, оскільки вони дозволяють створювати ефект правдоподібності через поліваріантні канали комунікації, де

традиційні аргументи поєднуються з візуальними та інтерактивними елементами, посилюючи маніпулятивний вплив на аудиторію без необхідності суворого логічного обґрунтування, що вимагає переосмислення переконання в контексті постійно змінюваної інформації як ключової цінності.

Традиційна риторика, спрямована на переконання через публічне мовлення та письмові тексти, у сучасному медійному просторі потребує переосмислення основних концепцій переконання, оскільки розвиток веб-технологій та соціальних мереж призвів до появи нової медіа-моделі, базованої на операціях комунікації та обміні інформацією через інтернет-засоби, де класичні медійні канали, такі як телебачення, радіо та преса, адаптуються до нових вимог ринку, зосереджуючись на постійно змінюваній інформації; це робить риторичні стратегії пропаганди більш динамічними, оскільки вони експлуатують співіснування класичних форматів з новими платформами, форумами, блогами та онлайн-виданнями, ставлячи перед пропагандистом виклики швидкої адаптації до аудиторії через комбінацію ясних текстів та сучасних візуальних форм, що краще служить інноваційним стандартам комунікації та посилює ефект правдоподібності без явного логічного тиску.

В свою чергу, аргументативна ситуація в цифровому середовищі, що розглядається як контекст обміну судженнями та аргументами, зазнала суттєвих змін, де текучість щодо аудиторії змінюється в процесі її залучення, вимагаючи переконфігурації та адаптації, що робить її вразливою для пропагандистських стратегій, оскільки телевізійні канали, радіостанції та друковані видання розвивають агресивний контент на веб-сайтах, соціальних мережах та блогах, включаючи коментарі, пропозиції тем, фотографії та відеозвіти, які розширюють формати та тематику; це трансформує пасивну аудиторію в активного онлайн-комунікатора з можливістю негайної взаємодії з медійними експертами, надаючи їй роль регулятора інформаційного потоку та більшу вагу в прийнятті рішень щодо контенту, де аудиторія розвиває впевненість як співавтор повідомлень,

дозволяючи пропаганді використовувати цю динаміку для створення правдоподібності через інтерактивні елементи без строгих логічних рамок.

Динамічний розвиток онлайн-присутності вимагає переосмислення риторики як мистецтва ефективного переконання через силу візуальності, де прояви візуального в цифровому середовищі у переконливих функціях вкорінені у раціоналізації ролі риторики на новому рівні, роблячи візуальну риторику ключовим механізмом пропаганди, оскільки техніки візуальної риторики аналізуються через семантичні рамки, визначені функціями в медійному віртуальному просторі, де зображення як основні інструменти переконання супроводжуються звуком та вербальними повідомленнями, спонукаючи до дії. Гнучкість онлайн-соціальних мереж сприяє розвитку технік переконання щодо громадянських апелів, де інформація циркулює в нескінченному потоці відправників та отримувачів, перетворюючи цифрову риторику на мистецтво інформування, переконання та натхнення до дій через мультимедійні засоби, що посилює ефект правдоподібності в пропаганді шляхом комбінації текстів, зображень та реакцій аудиторії без опори на традиційну логіку [41].

Таким чином, дослідження риторичних фігур у медіадискурсі розкриває механізми впливу на свідомість аудиторії, де виявлення ролі фігур у формуванні сенсового поля текстів, аналіз їх використання для легітимації ідеологій та впливу на громадську думку, а також мовних стратегій, що конструюють соціальні образи та стереотипи, становлять центральні завдання, роблячи риторичні фігури потужною зброєю пропаганди в інформаційній війні, оскільки вони формують стереотипи та оцінні судження через емоційний фон, спрямовуючи сприйняття, епітети виконують оцінну функцію, формуючи ставлення до подій, іронія та сарказм створюють прагматичний ефект, підсилюючи критичне сприйняття, історичні алюзії розширюють контекст, цитування підвищує авторитетність та створює інтертекстуальні зв'язки, метафора трансформує абстрактні поняття в образи для доступності, гіпербола перебільшує для маніпуляції, антитеза виокремлює протиставлення для аргументативної структури, посилюючи

переконливість пропаганди через емоційне забарвлення без явного логічного обґрунтування [11].

2.3. Дискурсивні та символічні структури створення колективної реальності

Розуміння того, як формується сучасна колективна реальність, неможливе без аналізу механізмів політичної комунікації, які опосередковують взаємодію між суб'єктами впливу та широкими соціальними групами. Ці механізми функціонують через складні системи дискурсивних практик та символічних структур, які конструюють певний образ світу в масовій свідомості.

На глибинному рівні процеси створення колективної реальності спираються на технологічні системи, що поєднують знання про способи впливу, спеціалізовані процедури комунікації та матеріальні ресурси для їх реалізації. Дискурсивні практики в цьому контексті функціонують як інструменти обробки інформації про навколишню дійсність, спрямовані на формування необхідних емоційних станів та інтерпретацій. Через контрольовані наративи та способи подання інформації створюється певна версія реальності, яка орієнтує людей на конкретні способи дії та розуміння суспільних процесів.

Особливу роль у цьому процесі відіграють символічні структури, які виступають як заміни та позначення реальності одночасно. Символи не просто представляють дійсність - вони запускають уяву людей, структурують їхнє сприйняття світу та можуть приховувати справжні механізми впливу під гарною оболонкою. Влада над символами означає можливість управління тим, як люди розуміють та інтерпретують політичні явища. Символічна репрезентація політичних суб'єктів та явищ дозволяє трансформувати абстрактні потреби суспільства на конкретні образи та уявлення, до яких люди починають ставитися як до реальних об'єктів поклоніння та віри.

При цьому, дискурсивні та символічні системи тісно переплітаються в процесі конструювання колективних уявлень. Комунікативні технології

визначають способи поширення повідомлень через різноманітні канали - від традиційних засобів масової інформації до сучасних платформ цифрової комунікації. Коли дискурсивні конструкти набувають символічної форми, вони перетворюються на впізнавані знаки, які люди використовують для навігації в соціальному світі. Такі структури функціонують на рівні, який часто залишається поза свідомістю, адже люди сприймають символічну реальність як природну, а не як сконструйовану.

Важливим аспектом цього процесу є феномен, коли складні соціальні явища спрощуються та зводяться до бінарних протиставлень у символічному просторі. Через дискурсивне розподілення світу на протилежні категорії, де один полюс позначається як прийнятний, а інший - як негативний, створюється упорядкована картина реальності. Цей процес дозволяє індивідам швидко орієнтуватися в складності суспільного життя, проте одночасно обмежує багатозначність розуміння та сприйняття.

Символічні механізми реалізуються також через ритуальні практики та усталені соціальні звичаї. Повторюваність дискурсивних висловлювань і їхнє символічне оформлення в рамках інституціоналізованих процедур надають їм вигляду природності та неминучості. Ритуалізація політичних практик демонструє здатність керувати колективними значеннями, закріплює певні соціальні порядки та формує норми поведінки, які сприймаються людьми як раціональні та справедливі.

Сучасні інформаційно-комунікаційні умови розширили можливості формування дискурсивно-символічної реальності. Мережеві структури комунікації дозволяють швидко поширювати дискурсивні конструкти через соціальні та комунікаційні мережі, де вони самовідтворюються та накопичують вплив. Ключові учасники комунікаційних процесів, які займають посередницькі позиції, активно транслюють і модифікують дискурсивні повідомлення, сприяючи їх поширенню серед ширших аудиторій.

Формування колективної реальності також пов'язане з управлінням інформаційним порядком денного, тобто визначенням того, про що люди думають і які проблеми вважають пріоритетними. Сукупність дискурсивних практик у комунікаційному просторі вибирає, підкреслює або замовчує певні аспекти реальності. Таким чином, колективна реальність є не просто відображенням об'єктивних фактів, а результатом складних процесів дискурсивного конструювання та символічної репрезентації, що здійснюються через різні канали комунікації за участю численних соціальних акторів [23].

Окрему увагу варто приділити візуальному символізму в системі пропагандистських технологій, оскільки саме через зорові образи здійснюється найбільш ефективна та безпосередня трансляція символічних конструктів до масової свідомості, мінімізуючи критичну рефлексію людей. У давні часи, коли централізована держава набирала могутності, правителі свідомо застосовували елементи художнього та архітектурного дизайну як інструменти утримання влади. Візуальна репрезентація сили проявлялася через суворо контрольовані набори символів, зображення жорстокого поводження з противниками та впорядковані образні системи, які комунікували могутність правлячої еліти. Монументальна архітектура та відповідно спроектовані пам'ятники служили матеріальними втіленнями державної могутності, формуючи в свідомості населення уявлення про величину та непорушність влади.

Наприклад, виникнення монети як засобу комунікації мало революційне значення для розповсюдження пропагандистських повідомлень. Монети були однією з перших форм масової комунікації, адже вони циркулювали серед різних соціальних верств. Портрети на монетах, супроводжувані геральдичними символами та образами священних істот, дозволяли правителям розповсюджувати вибрану ними символіку влади та божественного покровительства на величезні території без необхідності особистої присутності.

В свою чергу, впровадження християнства в Римській імперії продемонструвало дієвість простих, але енергійних символів у мобілізації масових рухів. Символи, розроблені спільнотою віруючих, були легкими для запам'ятовування та відтворення, мали глибокий смисловий підтекст та становили засіб ідентифікації послідовників. Розповсюдження цих образів через навколишнє середовище - на стінах, деревах, у вуличних позначках - демонструвало збільшення чисельності групи та її зростаючу силу, що само по собі мало пропагандистичний вплив.

Тим часом період Середньовіччя характеризувався масштабним використанням релігійних символів для мобілізації військових дій та консолідації суспільства. Військові ордени носили чітко розпізнавані символи на своєму обладанні, що виступали як візуальна маркування групової ідентичності та релігійної місії. Кольорові комбінації хреста та фону слугували засобом швидкої ідентифікації союзників та противників, демонстрували належність до певної організованої структури та наголошували на божественній санкції військових дій.

При цьому, культурний рух Реформації показав, як тиражування художніх зображень у поєднанні зі спрощеним текстом робило ідеї доступними для широких верств населення. Використання ксилографії дозволило розмножувати ілюстрації, які доповнювали письмовий матеріал та робили його зрозумілішим для людей з низькою грамотністю. Символічні акти, такі як публічне демонстрування розривання офіційних документів, сприймалися як потужні жести опору й перебудови світопорядку. А контрреформація, як відповідь католицької церкви, звернулась до комплексної системи художнього вираження, яка намагалася створити емоційний резонанс через архітектуру, скульптуру, живопис та музику. Стиль барокко, з його драматичною образністю та перебільшеною експресивністю, використовувався як інструмент для формування глибоких психологічних та емоційних зв'язків між віруючими та церквою.

Варто також зазначити, що абсолютна монархія використовувала стиль та образність також як засіб конструювання образу державної могутності. Палацова архітектура, розташування монументів, вибір особистих геральдичних символів - все це слугувало створенню наративу про божественне походження влади та недвозначність монархічного авторитету. Таким чином, від найдавніших часів до раннього нового часу візуальний символізм залишався основним механізмом, через який політичні та релігійні еліти конструювали колективні уявлення та формували поведінку масових спільнот.

Не менш важливим в контексті даного питання є те, що вісімнадцяте століття стало переломним моментом - образ перестав бути лише відображенням і почав сам формувати реальність. Саме тоді збіг технологічних, політичних і соціальних факторів створив умови для масштабного поширення контрольованих образних повідомлень. Зростання ролі громадської думки та революційні зміни в друкарстві зумовили усвідомлення державою потенціалу цензурованих інформаційних систем, преса почала функціонувати як централізований інструмент політичної маніпуляції через вибіркове поширення образів та наративів. У цей період з'явилися сатиричні гравюри, які навмисно спотворювали людей - збільшували, зменшували або маскували їхні риси, демонструючи багатогранні характеристики через гротеск. Такі гравюри стали комплексами символів та непрямих посилок і поширювалися по всій Європі та північній Америці, становлячи один із перших прикладів дійсно масової образної пропаганди.

Період американської революції показав, як складні політичні концепції кодувалися в простих образних формах. Запам'ятовувані образи репрезентували абстрактні поняття державної влади, захисту та суверенітету. А Французька революція стала якісним стрибком: усі доступні форми культурного вираження - театр, музика, гральні карти, архітектура - були синхронізовані для впливу на масову свідомість. Свідомо сконструйовані кольорові комбінації, предмети одягу

та персоніфіковані жіночі фігури втілювали абстрактні принципи й орієнтували колективні дії.

В свою чергу, період наполеонівського правління продемонстрував, як концентрована влада над образом дозволяє контролювати всі аспекти суспільного життя. Портрети лідера тиражувалися через монети, скульптури, живопис та архітектурні елементи, створюючи насичений семіотичний простір, де індивідуальна особистість утілювала державну могутність і правомочність влади.

Дев'ятнадцяте ж століття принесло революцію в розповсюдженні: механізація друку зробила образну комунікацію масовою. Газети стали четвертою владою, розвиток гравюри та фотографії, а згодом кіно й радіо додали нових вимірів - рух, звук, послідовність.

Згодом Американська громадянська війна та Перша світова війна зробили образну пропаганду відкритою стратегією військового успіху. Політичні карикатури висміювали ворогів і героїзували своїх, плакати кодували складні послання в образи, що апелювали до емоцій. Флаги, солдатські фігури та символи збиралися в композиції для передачі ідеї єдності й опору. Потім міжвоєнний період і Друга світова війна стали моментом, коли пропаганда перетворилася на систематичну науку. Образи проектувалися так, щоб обходити раціональну критику й апелювати до архетипічних страхів і бажань. Геральдичні знаки, колірні схеми, предмети оснащення повторювалися мільйони разів. Фотомонтажі синтезували розрізнені образи в єдину семіотичну конструкцію, колір став ідеологічним позначенням.

Тим часом період Холодної війни показав глобалізацію образної пропаганди. Телебачення, архітектурні споруди, спортивні досягнення, космічні програми - усе слугувало образними доказами супремасії системи. Фізичні розділові лінії втілювалися в архітектурі як символи розколотого світу. Портрети лідерів і цитати тиражувалися в мільйонних накладах і варіювалися молодіжними рухами.

Далі цифрова епоха принесла принципово нові можливості. Інтернет дозволив одночасне поширення образів мільйонам у реальному часі. Комп'ютерна обробка дала змогу створювати синтетичні репрезентації, що видаються автентичними. Кордони між офіційною й неофіційною пропагандою розмилися, змінені цифрові образи розповсюджуються без явної атрибуції й виконують політичну функцію в небувалому масштабі.

Так від сатиричної гравюри XVIII століття до цифрового синтетичного образу XXI століття триває одна лінія: образ перестав бути лише відображенням реальності - він став її головним творцем і контролером [69].

Висновок

Отже, проведений аналіз еволюції, риторичних механізмів та дискурсивно-символічних структур пропаганди дозволяє сформулювати комплексне розуміння цього феномену як багатовимірної системи впливу на колективну свідомість, що трансформувалася від примітивних форм усної комунікації до складних технологій конструювання реальності в цифрову епоху.

Передусім, історична ретроспектива свідчить про те, що пропаганда є не випадковим чи виключно сучасним явищем, а постійним супутником організованих суспільств упродовж усієї людської історії. Від виступів народних піснярів і античних ораторів через середньовічні Хрестові походи до заснування Священної конгрегації пропаганди віри у 1622 році - кожна епоха виробляла власні форми поширення ідей, цінностей і моделей поведінки. При цьому сам термін «пропаганда» пройшов складну еволюцію: від початково нейтрального позначення місіонерської діяльності через негативні конотації епохи Просвітництва до революційної легітимації яacobінцями та остаточного закріплення як технології масового впливу у XX столітті. Варто наголосити, що ефективність пропаганди зростала паралельно з розвитком засобів масової комунікації: Перша світова війна закріпила роль мас-медіа як ключового каналу впливу, тоталітарні режими продемонстрували катастрофічний потенціал

систематичної пропаганди, Холодна війна глобалізувала пропагандистські практики, а цифрова епоха створила умови для безпрецедентного за масштабами поширення контрольованих наративів.

Водночас філософсько-теоретичне осмислення, зокрема через призму концепцій Жака Елюля, виявило глибинну трансформацію самої природи пропагандистського впливу. Перехід від вертикальної авторитарної структури до горизонтальної інтерактивної комунікації відображає еволюцію від прямого примусу до м'якого непомітного впливу. Особливо важливим є розрізнення між пропагандою-ортодоксією, спрямованою на зміну переконань, та пропагандою-ортопраксією, що впливає через тілесність і досвід. Остання виявляється значно ефективнішою, оскільки спирається на міметичну діяльність, нейрофізіологічні механізми дзеркальних нейронів і формування умовних рефлексів, обходячи раціональну критику. Таким чином, сучасна пропаганда функціонує в бінарному режимі: попередня пропаганда непомітно створює соціокультурний контекст через повільний постійний вплив, тоді як цілеспрямована агітація мобілізує на конкретні реакції в потрібний момент.

Критично важливим є спростування традиційного погляду на пропаганду як феномен, що залежить виключно від ірраціональності аудиторії. Аналіз жорсткої пропаганди та пропаганди діянням продемонстрував, що певні форми впливу функціонують цілком на раціональній основі через механізм показування замість розповідання. Коли режим змушує людей повторювати очевидну брехню або демонструє свою силу через контроль над публічним простором, він передає раціонально зрозуміле послання про власну могутність. Так само протести показують реальні докази, на основі яких аудиторія раціонально переглядає свої переконання. Відповідно, це розуміння вимагає більш нюансованого підходу до аналізу пропагандистських механізмів.

З точки зору риторичних стратегій, неориторика Хаїма Перельмана надає потужний інструментарій для аналізу механізмів переконливості через створення

ефекту правдоподібності замість формальної логіки. Перельманівське розрізнення між універсальною аудиторією, до якої звертаються через раціональні факти, та конкретною аудиторією, яку переконують через цінності, виявляється критично важливим: пропаганда або імітує раціональність для створення ілюзії об'єктивності, або експлуатує упередження конкретних груп. Детальний аналіз риторичних фігур розкриває конкретні механізми створення переконливості без логічного обґрунтування: ентимема дозволяє аудиторії заповнювати прогалини власними упередженнями, метафора замінює логічне доведення метафоричною логікою, гіпербола перебільшує через емоційне посилення, епітети формують готові оцінки, іронія критикує без обґрунтування, а конотації активують готові емоційні реакції.

Безперечно, сучасне медійне середовище радикально трансформувало можливості застосування риторичних стратегій. Перехід до інтерактивних цифрових платформ створив ситуацію, де пасивна аудиторія перетворюється на активних комунікаторів із можливістю співавторства. Візуальна риторика стала ключовим механізмом переконання, оскільки зображення створюють мультимодальний вплив, що обходить вербально-логічні канали критичного мислення. Гнучкість соціальних мереж сприяє циркуляції інформації в нескінченному потоці, де межа між офіційною та неофіційною пропагандою повністю розмивається.

На найглибшому рівні дискурсивні та символічні структури формують колективну реальність. Дискурсивні практики функціонують як інструменти обробки інформації, що формують необхідні емоційні стани та інтерпретації через контрольовані наративи. Символічні структури не просто представляють дійсність - вони запускають уяву людей, структурують сприйняття світу та приховують справжні механізми впливу. Коли дискурсивні конструкти набувають символічної форми, вони перетворюються на впізнавані знаки, які функціонують поза свідомістю, оскільки люди сприймають символічну реальність як природну, а не як сконструйовану.

Важливо зазначити, що процес спрощення складних явищ через бінарні протиставлення створює упорядковану картину реальності, що дозволяє швидко орієнтуватися, однак обмежує критичне сприйняття. Ритуалізація політичних практик через повторюваність надає висловлюванням вигляду природності та невідворотності. Сучасні мережеві структури створили умови для безпрецедентно швидкого поширення дискурсивних конструктів за логікою самовідтворення. Робота з інформаційним порядком денним визначає те, про що люди думають і яким проблемам надають значення.

Історія візуального символізму демонструє безперервну лінію еволюції від найдавніших форм репрезентації влади до сучасних цифрових технологій. Від монументальної архітектури та монет як перших форм масової комунікації через геральдичні символи Середньовіччя до революційної символіки XVIII століття - кожна епоха виробляла власні системи візуального кодування. Вісімнадцяте століття стало переломним моментом, коли образ перестав бути лише відображенням і почав сам формувати реальність. Дев'ятнадцяте століття принесло революцію завдяки механізації друку, фотографії, кіно та радіо. Міжвоєнний період перетворив пропаганду на систематичну науку, а Холодна війна продемонструвала глобалізацію образної пропаганди.

Насамкінець, цифрова епоха створила принципово нові можливості: інтернет дозволив одночасне поширення образів мільйонам у реальному часі, комп'ютерна обробка надала змогу створювати синтетичні репрезентації, що видаються автентичними, а кордони між офіційною та неофіційною пропагандою повністю розмилися. Так образ став не просто відображенням реальності, а її головним творцем і контролером.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що сучасна пропаганда являє собою комплексну систему технологій впливу, що інтегрує історично напрацьовані механізми з новітніми цифровими можливостями. Вона функціонує одночасно на декількох рівнях: фізіологічному, психологічному, риторичному, дискурсивному

та символічному. Ефективність пропаганди полягає саме в синергії цих рівнів, коли раціональні та ірраціональні механізми, вербальні та візуальні канали, індивідуальний та колективний вплив поєднуються в єдину систему конструювання бажаної версії реальності.

Зрештою, критично важливим для філософського осмислення є усвідомлення того, що пропаганда - це не просто поширення неправдивої інформації, а створення цілісних символічно-дискурсивних систем, у межах яких певні інтерпретації реальності набувають статусу самоочевидних істин. Боротьба з пропагандою тому вимагає критичного аналізу механізмів конструювання колективних значень, розвитку медіаграмотності та відновлення простору автономного критичного мислення. Лише через таке багаторівневе розуміння природи пропаганди можливе формування дієвих стратегій захисту інформаційного простору та збереження раціональної основи демократичного публічного дискурсу.

РОЗДІЛ 3. ВЗАЄМОДІЯ ПОСТПРАВДИ ТА ПРОПАГАНДИ: ІНТЕГРАТИВНИЙ ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

3.1. Пропаганда і постправда як взаємозумовлені механізми конструювання колективної реальності

Проведений у попередніх розділах аналіз феноменів постправди та пропаганди дозволяє перейти до їх порівняльного осмислення та виявлення ключових точок перетину і розбіжностей. Перш ніж розглянути взаємозв'язки між цими явищами, варто ще раз окреслити їхні визначення, сформульовані на основі теоретичного аналізу.

Таким чином, постправда являє собою комплексний феномен, що поєднує маніпулятивну природу, множинність істин, механізми інтерпретації та філософський плюралізм. При цьому, ключовою особливістю постправди є те, що вона функціонує в умовах, коли емоційна привабливість наративу стає важливішою за його фактичну точність, а суб'єктивні почуття отримують пріоритет над об'єктивними даними у формуванні переконань.

Пропаганда, у свою чергу, постає як багатовимірна система впливу на колективну свідомість, що трансформувалася від примітивних форм усної комунікації до складних технологій конструювання реальності в цифрову епоху. Це не просто поширення неправдивої інформації, а створення цілісних символічно-дискурсивних систем, у межах яких певні інтерпретації реальності набувають статусу самоочевидних істин. Більше того, сучасна пропаганда функціонує одночасно на декількох рівнях: фізіологічному, психологічному, риторичному, дискурсивному та символічному.

Аналіз історичної еволюції обох феноменів виявляє як спільні закономірності, так і принципові відмінності у їхньому становленні. Наприклад, в

контексті спільних рис цих явищ варто зазначити, що ефективність їх обох зростала паралельно з розвитком засобів масової комунікації: Перша світова війна закріпила роль мас-медіа як ключового каналу впливу, тоталітарні режими 1920–1950-х років продемонстрували катастрофічний потенціал систематичних маніпулятивних технологій, Холодна війна глобалізувала дезінформаційні практики, а цифрова епоха створила умови для безпрецедентного за масштабами поширення контрольованих наративів. А додатковим каталізатором для обох феноменів стала цифрова революція та поява соціальних медіа, що перетворили їх з периферійних явищ на ключові аспекти сучасного публічного дискурсу через алгоритмічну персоналізацію інформаційних потоків та демасовізацію комунікації.

Водночас історичні траєкторії цих феноменів суттєво відрізняються. Пропаганда є постійним супутником організованих суспільств упродовж усієї людської історії — від виступів народних піснярів і античних ораторів через середньовічні Хрестові походи до заснування Священної конгрегації пропаганди віри у 1622 році. Взагалі, сам термін «пропаганда» пройшов складну еволюцію: від початково нейтрального позначення місіонерської діяльності через негативні конотації епохи Просвітництва до революційної легітимації яacobінцями та остаточного закріплення як технології масового впливу у ХХ столітті.

Натомість постправда є значно молодшим феноменом, хоча її передумови формувалися поступово упродовж ХХ століття. Від тоталітарної пропаганди 1920–1950-х років, через дезінформаційні технології Холодної війни, до глобального переходу від раціональних моделей осмислення дійсності до емоційно орієнтованих у 1980-х роках — кожен із цих етапів сприяв формуванню сучасного інформаційного середовища. Остаточне інституційне оформлення феномену постправди відбулося лише на початку ХХІ століття, коли Brexit та перемога Дональда Трампа у 2016 році продемонстрували, що постправда перейшла з маргінального інструмента маніпуляції до статусу провідної політичної стратегії навіть у демократичних державах.

З цього логічно випливає, що якщо пропаганда має тисячолітню історію безперервного існування, то постправа є специфічним продуктом пізньої сучасності, що виник на перетині філософського релятивізму, психологічних особливостей масової свідомості, технологічних трансформацій медіасередовища та кризи традиційних демократичних інститутів. Ця різниця в історичній глибині відображає й відмінність у природі цих феноменів: пропаганда є інструментом цілеспрямованого впливу, тоді як постправа постає як системний прояв сучасної епістемі. Проте крім визначення спільного та відмінного в історичному аспекті цих двох явищ, варто також звернутись до чіткого концептуального розмежування, оскільки, попри подібність окремих механізмів дії, йдеться про феномени з різною онтологічною природою та відмінними функціональними завданнями.

Таким чином, осмислення постправи зазвичай фокусується на її апеляції до емоційної сфери як головного чинника сприйняття повідомлення та формування ставлення до нього, коли емоційний резонанс набуває більшої ваги, ніж фактична достовірність. Тобто, по суті, постправду можна розглядати як спекулятивний когнітивний режим, у межах якого домінує постійне звернення до емоційної складової за одночасного ігнорування істинності висловлювань, зокрема в контексті досягнення політичних цілей. При цьому, концептуалізація постправи спирається на низку атрибутивних характеристик, серед яких ключовими є емоційний детермінізм, хаотична конфігурація взаємодій та взаємозалежність агентів, що зумовлює відсутність чітко окресленої лінійної суб'єктності. Важливими ознаками також виступають алгоритмічне опосередкування вибору позиції через механізми функціонування соціальних мереж (зокрема за рахунок таргетування контенту), технологічне підкріплення доступу до заздалегідь «уподобаних» інтерпретацій, специфічний фреймінг фактів та аргументів, коли форма подання, обрана заздалегідь з певною метою, істотно впливає на спосіб сприйняття й оцінювання інформації реципієнтом, а також переважно тактичний характер застосування. Принципово важливою рисою

постправди є її двосторонній характер: реципієнт виступає не пасивним об'єктом, а головним актором у процесі конструювання постправдивої реальності.

Пропаганда ж має іншу структурну організацію та інші механізми функціонування. Вихідними категоріями для її розуміння є цілеспрямоване поширення інформації та досягнення конкретної політичної мети. При цьому, мета пропаганди полягає у нав'язуванні певної ідеології, встановленні вигідного пропагандистові балансу сил, де переконання, настанови та моделі поведінки постають бажаними кінцевими станами. Фактично завдання пропаганди — послабити або нейтралізувати критичне мислення реципієнта, спонукати його до визначеного способу бачення й дії, працюючи з уже наявними упередженнями, переконаннями, емоційними реакціями та ідеологічними орієнтирами.

Взагалі, порівняння різних підходів до визначення пропаганди дає змогу виділити низку спільних структурних рис: по-перше, незмінним є маніпулятивний вимір, що передбачає використання спеціальних прийомів подання інформації, зокрема конструювання простого, інтуїтивно зрозумілого й безальтернативного пояснення ситуації для об'єкта впливу; по-друге, завжди наявний чітко окреслений суб'єкт комунікації та реципієнт, на якого ця комунікація спрямована; по-третє, проміжною метою виступає формування або трансформація ставлення до певного явища, події чи особи з подальшим стимулюванням до конкретної дії; по-четверте, пропаганда завжди реалізує прямий або прихований політичний інтерес суб'єкта впливу.

Відповідно, здійснюючи компаративний аналіз змістового наповнення понять «пропаганда» та «постправда», можна дійти наступних висновків: по-перше, постправда — це двосторонній, децентралізований процес, у якому реципієнт виступає центральною фігурою творення постправдивого змісту, тоді як пропаганда є однобічним процесом маніпулятивного впливу суб'єкта на об'єкт; по-друге, постправда постає як глобальний тренд, що виникає всюди, де присутній політичний вимір: це розсіяне, мережеве явище, яке охоплює множину

можливих інтерпретацій, серед яких індивід обирає найбільш сумісну зі своєю картиною світу, натомість пропаганда — це завжди цілеспрямований вплив, орієнтований на формування певної системи переконань задля конкретної політичної мети; по-третє, у пропаганді визначальну роль відіграє суб'єкт, що ініціює та структурує наратив, тоді як постправда характеризується переважно стихійністю, але в довшій перспективі набуває форми системного процесу з кумулятивним ефектом, де головним стає викривлення інформації; по-четверте, для пропаганди вирішальною є мотиваційна складова, тоді як для постправди вона не завжди є очевидною й визначеною.

Таким чином, постправда має органічний, динамічний характер, тоді як пропаганда радше постає як комплекс цілеспрямованих практик, орієнтованих на зміну поведінки. Пропаганду не можна редукувати до єдиного інструмента формування постправдивого простору, однак вона істотно впливає на постправдиве сприйняття і, поряд з іншими спорідненими явищами, робить внесок у формування й підсилення певної картини світу. Світогляд, що його продукує пропаганда, а також наративи, які вона поширює, сприяють конституюванню постправдивої реальності; водночас постправда створює комунікативне середовище, в якому ці наративи закріплюються, множаться й стають відправною точкою для розробки та адаптації нових пропагандистських кампаній щодо конкретних аудиторій.

Слід також зауважити, що сучасний інформаційний простір характеризується синергійною взаємодією пропаганди та постправди, коли обидва механізми не лише співіснують, а й взаємно посилюють і легітимізують один одного. Постправда виступає своєрідною когнітивною та технологічною основою для новітніх форм пропаганди, надаючи їй епістемологічного виправдання через релятивізацію поняття істини [19]. Водночас пропаганда забезпечує інституційну й медійну інфраструктуру для масового поширення постправдивих наративів, систематично вбудовуючи їх у свідомість через державні, корпоративні та медійні канали впливу [16].

При цьому, взаємне посилення цих феноменів стало можливим на тлі глибокої кризи традиційних інститутів легітимації знання: девальвація авторитету науки, професійної журналістики та експертних спільнот створила вакуум довіри, який заповнюють саме пропаганда й постправда. В свою чергу, інтернет та цифрові платформи стали каталізатором взаємодії постправди й пропаганди, створюючи простір «гіперреальностей» та «реальних віртуальностей», де межа між пропагандою й постправдою стає практично невідчутною [19]. Цифрове середовище дає змогу пропаганді майже необмежено масштабувати поширення постправдивих наративів, тоді як постправда надає цим наративам видимості природності й спонтанності, маскуючи їхню маніпулятивну природу за фасадом плюралізму думок і позицій [16].

Також важливо підкреслити, що фундаментальним підґрунтям взаємодії вищезгаданих явищ є універсальна проблема когнітивної упередженості людського сприйняття: інтерпретації реальності постають не прямим і нейтральним відображенням дійсності, а опосередкованими конструктами, у яких різні типи помилок і викривлень є радше правилом, ніж винятком [48]. Упередження формують взаємопов'язану систему переконань, що з часом перетворюється на самовідтворюваний світоглядний каркас: нова інформація фільтрується через уже наявні уявлення, а дані, що не вписуються в цю схему, відкидаються або ігноруються як «неправдоподібні» [48]. При чому, особливо помітною в контексті медійної поляризації є трансформація самої природи пропаганди під впливом постправди: якщо класичні пропагандистські стратегії часто спиралися на обмеження доступу до інформації, то сучасна пропаганда, використовуючи логіку постправди, конструює альтернативну картину світу через надлишок, фрагментацію та селективне подання інформації [16]. Тож постправда забезпечує пропаганді стратегічну можливість правдоподібного заперечення: будь-яку критику можна відкинути, посиляючись на відносність істини або тезу про те, що «у кожного своя правда» [68]. У такій рамці пропаганда систематично розмиває критерії фактичності й доказовості.

На практичному рівні пропаганда активно інтегрує постправдиві технології у власний арсенал: навіювання через формулювання очевидного змісту з прихованим підтекстом поєднується зі змішуванням істинних і хибних тверджень, що ускладнює розрізнення між ними. У свою чергу, постправда надає пропагандистським прийомам певної інтелектуальної респектабельності. Відверте фальшування фактів маскується під «альтернативну інтерпретацію», замовчування важливих даних — під «фокус на релевантному», використання напівправди — під «необхідне спрощення» або прояв «множинності перспектив» [19]. Формування політичних міфів легітимується риторикою про те, що саме наратив, а не «сухі факти», структурує соціальну реальність і тому є важливішим за емпіричні деталі [68].

Можна вважати, що взаємодія пропаганди та постправди формує певний цикл інфантилізації свідомості, що полягає в тому, що постправда пропонує «спрощену версію правди» — зручну заміну складної й суперечливої реальності для суб'єктів, перевантажених інформацією та обмежених у часі [68]. Пропаганда підхоплює й поглиблює цю тенденцію, цілеспрямовано орієнтуючись на «інтелектуально прості об'єкти впливу» та продукуючи ілюзію «зрозумілості» світу й доступності остаточних відповідей [16]. Унаслідок цього формується масова свідомість із виразними інфантильними рисами, де вибір здійснюється не на основі аналізу, а за принципом привабливості, модності або емоційного комфорту [68].

Отже, здійснений теоретико-історичний та компаративний аналіз показує, що постправда і пропаганда не є тотожними явищами, проте в сучасному інформаційному середовищі вони формують тісно переплетену систему взаємодії. Пропаганда виступає як історично стабільний інструмент організованого впливу, спрямований на цілеспрямоване формування переконань, установок і моделей поведінки, тоді як постправда функціонує як особливий тип когнітивно-дискурсивного режиму, в межах якого емоційна привабливість наративів витісняє критерії фактологічної достовірності. При чому, принципова відмінність цих

феноменів полягає не лише в їхній генезі, а й у способі їхнього відтворення: якщо пропаганда передбачає наявність ієрархічно організованого суб'єкта впливу та відносно пасивного об'єкта, то постправа реалізується через децентралізовані мережеві практики, де реципієнт одночасно виступає і споживачем, і співтворцем смислів. Це зумовлює різну логіку їх функціонування: пропаганда працює в режимі нав'язування, тоді як постправа — в режимі емоційної резонансності та когнітивної залученості.

Важливою ознакою сучасного етапу розвитку цих явищ є їхня синергійна взаємодія в умовах цифровізації. Алгоритмічне структурування інформаційних потоків, персоналізація контенту та фрагментація публічного простору сприяють тому, що пропагандистські наративи отримують технологічно посилену інфраструктуру поширення, тоді як постправа забезпечує їм культурну та епістемологічну легітимність через релятивізацію істини та нормалізацію множинності інтерпретацій. У цьому контексті відбувається поступова ерозія традиційних інститутів легітимації знання — науки, журналістики, експертного дискурсу, — що створює вакуум довіри, який заповнюється альтернативними формами авторитету.

У підсумку взаємодія пропаганди та постправи формує новий тип символічної реальності, у межах якої розмиваються межі між фактом і тлумаченням, інформацією й наративом, переконанням і маніпуляцією. Це призводить до трансформації самої структури публічного дискурсу: раціонально-аргументативні моделі комунікації поступово поступаються емоційно наситуваним, фрагментованим і тактично орієнтованим формам взаємодії. Постправа та пропаганда постають не як ізольовані феномени, а як складові єдиного комунікативного комплексу пізнього модерного суспільства. Їхня взаємодія не лише підважує класичні уявлення про істину й об'єктивність, а й змінює способи політичної мобілізації, механізми формування колективної ідентичності та умови демократичного діалогу. А усвідомлення цієї взаємозалежності, в свою чергу, є необхідною передумовою для розробки

ефективних стратегій протидії маніпулятивним практикам та відновлення нормативних засад раціональної публічної сфери.

3.2. Герменевтичні механізми формування смислів у пропагандистських наративах

Аналіз пропаганди як складного дискурсивного явища неможливий без звернення до герменевтичних механізмів, через які відбувається породження, трансляція та стабілізація смислів у пропагандистських наративах. Якщо попередні розділи продемонстрували емпіричні механізми взаємодії пропаганди та постправди, то розуміння того, як саме формуються і закріплюються смисли в свідомості реципієнтів, потребує звернення до філософської герменевтики. Герменевтична перспектива дозволяє зрозуміти не лише зовнішні техніки маніпуляції, а й глибинні структури розуміння, які пропагандистські наративи експлуатують у процесі конструювання колективної реальності. Відповідно, важливість герменевтичного підходу полягає в тому, що він виявляє універсальні механізми формування смислів, які діють незалежно від конкретного змісту повідомлень. Пропаганда ефективна не тому, що вона просто передає неправдиву інформацію, а тому, що вона вбудовується в саму структуру людського розуміння світу — в історично зумовлену свідомість, у мовні практики, у символічні системи. Без розуміння цих фундаментальних механізмів неможливо визначити, чому раціональна контраргументація часто виявляється безсилою проти пропагандистського впливу, чому факти не «говорять самі за себе», чому реципієнти пропаганди щиро переконані в істинності наративів, які вони сприймають.

У цьому контексті особливе значення набувають концепції Ганса-Георга Гадамера та Поля Рікера. Гадамер у своїй праці «Істина і метод», що є ключовим текстом герменевтичної парадигми Гадамера, адже саме в ній концентруються центральні принципи його філософії розуміння, він описав онтологічні структури

герменевтичного досвіду, показавши, як розуміння завжди вже історично зумовлене, як воно відбувається через злиття горизонтів, і як мова є не інструментом, а середовищем смислотворення [2]. Тим часом Рікер розвинув герменевтику в напрямку аналізу символічних структур і конфлікту інтерпретацій, показавши, як смисл формується в діалектиці довіри та підозри, і як суб'єкт конститує себе через опосередковану інтерпретацію символічних форм. Тож звернення до їхніх ідей дозволить зрозуміти, як працюють пропагандистські наративи на глибинному рівні формування смислів, і окреслити можливості герменевтичного опору проти їхньої маніпулятивної інструменталізації.

У контексті філософської герменевтики Г.-Г. Гадамера формування смислів розглядається не як результат застосування певної методики інтерпретації, а як онтологічно вкорінений процес, що відбувається в самій структурі людського буття у світі. Його завданням у праці «Істина і метод» є не запропонувати новий «метод» тлумачення, а описати те, що фактично відбувається з нами щоразу, коли ми щось розуміємо: «моєю справжньою метою було й залишається філософським — не те, що ми робимо, а те, що з нами відбувається». Відповідно, герменевтичні механізми формування смислів описуються ним як структури самого досвіду розуміння, який завжди вже історично й мовно зумовлений. Ці механізми набувають особливого значення при аналізі того, як пропагандистські наративи конструюють і нав'язують смисли в суспільному просторі.

Вихідним моментом є поняття «дієво-історичної свідомості»: Гадамер підкреслює, що суб'єкт інтерпретації ніколи не стоїть поза історією, навпаки, він завжди вже належить певній традиції, яка діє на нього і через нього. Розуміння відбувається не між «чистим» суб'єктом і текстом як об'єктом, а в полі впливу історично дієвої традиції, що формує горизонти можливого смислу. Це означає, що будь-яке читання або тлумачення вже попередньо спрямоване певними передрозуміннями та передсудами, які не є лише суб'єктивними помилками, а становлять необхідну умову можливості розуміння. У контексті пропагандистських наративів ця дієво-історична зумовленість стає ключовим

механізмом їхньої ефективності: пропаганда не створює смисли з нічого, а вбудовується в існуючі традиції розуміння, експлуатує вже наявні історичні горизонти сприйняття, використовує той факт, що реципієнт завжди вже перебуває в певному полі передрозумінь.

Саме реабілітація поняття «упередження» є одним із центральних механізмів, через які Гадамер описує формування смислів. На відміну від просвітницького проєкту «подолання всіх упереджень», він стверджує, що вимога абсолютної безпередсудності є сама по собі упередженням. Передсуди, успадковані з традиції, визначають початковий горизонт очікування інтерпретатора, роблячи для нього взагалі можливим побачити в тексті або події щось осмислене. Завдання герменевтики полягає не в усуненні усіх передсудів, а в їхній рефлексії та постійному випробуванні в процесі діалогу з текстом і традицією. Пропагандистські наративи систематично використовують цю структуру передсудів: вони не намагаються переконати реципієнта через раціональну аргументацію, а апелюють до вже наявних упереджень, активізують їх, підсилюють і спрямовують у потрібному напрямку. Пропаганда блокує рефлексію над передсудами, натомість представляючи їх як «природні», «самоочевидні», «загальноприйняті» способи розуміння реальності. Саме структура «попередніх суджень» є засадничою для того, щоб пропагандистський наратив став не просто почутим, а внутрішньо зрозумілим і прийнятим як власна позиція реципієнта.

Іншим ключовим герменевтичним механізмом є концепт «злиття горизонтів»: горизонт тексту відображає його автентичність, горизонт інтерпретатора — дозволяє бачити текст у власних контурах як «інший». Злиття горизонтів означає досягнення взаєморозуміння: думки тексту і інтерпретатора знаходять спільну основу. Гадамер стверджує, що окремих автономних горизонтів не існує: сучасний горизонт формується через діалог із минулим [34]. Це злиття не є актом суб'єктивного довільного конструювання, а подією, в якій сама традиція говорить до нас, а ми дозволяємо скоригувати власні передсуди.

Формування смислу тут постає як рух «між» горизонтом інтерпретатора і горизонтом тексту, де обидва зазнають трансформації. Пропагандистські наративи маніпулюють цим механізмом злиття горизонтів, симулюючи автентичний герменевтичний діалог: вони конструюють штучний «горизонт минулого» чи «горизонт традиції», який нібито має злитися з горизонтом реципієнта. Через селективну актуалізацію історичних образів, міфологізацію минулого, конструювання псевдо традицій пропаганда створює ілюзію органічного злиття горизонтів, де насправді відбувається односпрямоване нав'язування заздалегідь сконструйованого смислу.

Важливим є також те, що у Гадамера герменевтичне розуміння завжди має структуру запитування й відповіді. Текст або подія не просто «містять» готовий смисл: смисл виникає в тій мірі, в якій інтерпретатор ставить запитання, що справді його стосується, і дозволяє текстові відповідати на нього. Таким чином, герменевтичний процес описується як діалог, у якому інтерпретатор займає позицію того, хто запитує, тоді як текст і традиція постають співрозмовником. Смисл формується у динаміці цього діалогу, а не в односторонньому «прочитуванні» вже наявного змісту. Пропагандистські наративи перевертають цю структуру: замість того, щоб дозволити реципієнтові ставити власні запитання і шукати на них відповіді, пропаганда нав'язує готові запитання і готові відповіді. Вона формулює «правильні» питання, на які вже підготовлені «очевидні» відповіді, створюючи ілюзію діалогічності при фактичному монологічному нав'язуванні смислу. Пропаганда не дозволяє текстові або події говорити самим, натомість вона говорить замість них, блокуючи справжню діалогічну динаміку смислотворення.

Особливе місце в описі механізмів формування смислів посідає мова. У третій частині «Істини і методу» Гадамер формулює тезу про те, що «буття, яке може бути зрозумілим, є мовою». Мова не є для нього зовнішнім інструментом, яким суб'єкт користується для опису вже наявної реальності, навпаки, саме в мовленні й через мовні структури реальність набуває смислової визначеності.

Герменевтичний досвід завжди є досвідом у мові: смисли не існують поза мовним опосередкуванням. Мова виступає середовищем, у якому відбувається злиття горизонтів, оскільки саме в діалогічній мовній події стає можливим взаємне відкриття перспектив інтерпретатора і тексту [18]. Для пропагандистських наративів це означає, що контроль над мовою є контролем над можливістю смислу взагалі. Пропаганда не просто використовує мову як нейтральний інструмент передачі інформації, а активно формує саме мовне середовище, в якому певні смисли стають можливими, а інші — неможливими. Через контроль над термінологією, метафориною, наративними схемами, риторичними фігурами пропаганда визначає межі того, що може бути помисленим і висловленим, таким чином pre-структуруючи саме поле можливого розуміння.

Гадамер підкреслює також момент «застосування» як невід'ємний компонент герменевтичного процесу. На відміну від традиційних моделей, де тлумачення й застосування розмежовуються, він показує, що кожне автентичне розуміння вже містить у собі елемент застосування до конкретної ситуації інтерпретатора. Особливо виразно це видно в інтерпретації правових текстів чи релігійної традиції: смисл тут не просто відчитується, а завжди водночас актуалізується в нових історичних обставинах. Формування смислу означає, таким чином, не лише реконструкцію «первісного значення», а й відкриття нових смислових можливостей, які стають очевидними лише у світлі сучасного горизонту досвіду. Пропагандистські наративи експлуатують цей механізм застосування, постійно актуалізуючи певні історичні образи, символи, події у контексті сучасних політичних цілей. Історичні наративи не залишаються «мертвим минулим», а систематично «застосовуються» до поточної ситуації, при цьому саме застосування представляється не як маніпуляція, а як «природне», «органічне» продовження традиції. Через механізм застосування пропаганда легітимізує сучасні політичні дії посиленням на історичні прецеденти, створюючи ілюзію безперервності традиції там, де фактично відбувається її інструменталізація [12].

В свою чергу, герменевтичний підхід Поля Рікера до формування смислів постає як результат еволюції його проєкту «філософії волі» і переходу від феноменології до герменевтичної феноменології. Рікер звертається до мови символів і конфесійної мови релігійних і міфологічних традицій: щоб «захопити» перехід від можливості зла до його реальної дійсності, потрібно звернутися до того, як зло артикулюється в мовленні, передусім у мовленні сповіді. Це означає радикальний поворот: замість аналізу «нейтральних» структур людської реальності, Рікер переходить до герменевтичної феноменології, що вивчає символічні форми самосвідчення людини. Людська дія, її наслідки і провина постають у символічних образах, міфах, ритуалах, наративних фігурах, через них людина дає свідчення про свою первісну афірмацію буття, про «зусилля й бажання бути», які зберігаються навіть у досвіді відчуження і зла. У контексті пропагандистських наративів символічна мова стає основним механізмом формування смислів: пропаганда не оперує абстрактними поняттями, а насичує свої повідомлення символами, які апелюють до глибинних шарів досвіду — страху, надії, провини, гордості, належності, відчуження.

Символ для Рікера є не просто декоративною чи ілюстративною формою, а структурою значення, що принципово передбачає інтерпретацію. Він визначає символ як структуру подвійного смислу, в якій первинний, буквальний, безпосередній сенс водночас указує на інший, непрямий, фігуральний сенс, що може бути схоплений лише через перший. У цьому сенсі символ «вже містить у собі» герменевтичну вимогу: він змушує думати, апелює до уяви, вимагає дешифрування другого рівня інтенціональності, в якому перше значення є лише провідником до глибшого. Між мовчазним досвідом і жорстко понятійною мовою філософії символ посідає проміжне місце: він одночасно відкриває і приховує, висловлює контраст, який неможливо зняти в термінах простої дескрипції. Пропагандистські наративи інтенсивно використовують цю подвійність символу: на поверхневому рівні символ має буквальне, легко зчитуване значення, але його справжня сила полягає у другому, глибинному рівні, де він активізує архетипічні

образи, колективні страхи й надії, ідентифікаційні матриці. Через символічну мову пропаганда обходить раціональну критику, оскільки символ не можна «спростувати» логічними аргументами — він діє на рівні уяви, емоцій, несвідомих асоціацій.

Символічна мова зла, страждання, провини й прощення показує, що людська праксис ніколи не є повністю «немою» або «до-символічною»: наші дії завжди вже вплетені в мережу уявлень, норм і символів. Ця символічна семантика дії, яку Рікер виявляє у конфесійних текстах, міфологічних оповідях, релігійних образах і навіть у психоаналітичній мові, задає поле, в якому взагалі можливе формування смислів. Герменевтичний механізм формування смислу тут полягає в тому, що суб'єкт набуває себе опосередковано — у дзеркалі власних «знаків»: вчинків, творів, наративів, символічних форм. Пропагандистські наративи експлуатують цю опосередкованість самосвідомості: вони пропонують готові символічні форми для самоінтерпретації, готові наративні схеми для розуміння власного досвіду, готові ідентифікаційні матриці. Реципієнт пропаганди розпізнає себе не безпосередньо, а через запропоновані символічні образи — героя, жертви, борця, захисника, патріота. Ця символічна опосередкованість робить пропагандистський наратив не зовнішнім повідомленням, а структурою самосвідомості реципієнта.

Крім того, Рікер підкреслюючи двовекторний характер структури символу: кожен символ має регресивний і перспективний (проспективний) вимір. З одного боку, він може бути інтерпретований як «повернення» до архаїчних шарів досвіду — дитинства індивіда чи людства, несвідомих потягів, первісних уявлень (це той вимір, який підкреслює психоаналіз). З іншого боку, символ здатен відкривати перспективи, проектувати можливе, фігуративно окреслювати майбутні форми саморозуміння (цей вимір виразніше виявляється в мистецьких творах, релігійних образах, наративних фігураціях). Герменевтичний процес, таким чином, завжди рухається між археологією і телеологією: між «розкопуванням» походження смислу та його спрямованістю до можливого. Пропагандистські наративи

майстерно балансують між цими двома векторами: вони одночасно апелюють до архаїчних, первісних страхів і бажань (регресивний вимір) і проєктують утопічні образи майбутнього (перспективний вимір). Пропаганда активізує колективні травми минулого, реанімує історичні образи ворогів і героїв, але водночас обіцяє ідеальне майбутнє, відновлення втраченої єдності, досягнення колективної мети. Ця подвійність робить пропагандистський символ надзвичайно потужним: він одночасно пояснює сучасні страждання посиленням на минуле і легітимізує сучасні жертви обіцянкою майбутнього.

3.3 Філософське «вопрошання» як засіб критичного осмислення створюваної реальності

Пропагандистські наративи та механізми постправди конструюють колективну реальність, пропонуючи готові відповіді на фундаментальні питання про сенс подій, про належне й цінне, про «наше» і «чуже». Ці відповіді презентуються як самоочевідні, безальтернативні, такі, що не потребують критичної рефлексії. Однак саме ця презумпція закритості, остаточності відповідей на питання, які за своєю природою залишаються відкритими, становить один із найглибших механізмів маніпулятивного впливу. Пропаганда намагається перетворити філософські проблеми на технічні завдання, екзистенційні дилеми — на ідеологічні аксіоми, етичні питання — на політичні директиви. Вона блокує саму можливість питання там, де має бути простір для роздумів, і нав'язує ілюзію визначеності там, де людське існування залишається принципово невизначеним.

У цьому контексті філософське вопрошання — не академічна вправа, а критична практика опору нав'язуванню одновимірної реальності. Здатність ставити питання, які не мають і не можуть мати остаточної відповіді, здатність утримувати ці питання відкритими навіть під тиском вимоги «визначитися», здатність розрізняти питання, що допускають емпіричне вирішення, і питання, що залишаються принципово відкритими для розумної незгоди — усе це не є виявом

інтелектуальної слабкості чи релятивізму, а навпаки, є виявом інтелектуальної зрілості та критичної автономії. Пропаганда паразитує на людській потребі в певності, пропонуючи псевдовідповіді на справжні питання. Філософське вопрошання відновлює простір невизначеності не заради невизначеності самої по собі, а заради збереження можливості автентичного мислення, яке не може бути редуковане до повторення готових формул. Розуміння природи філософського вопрошання, його відмінності від наукового та ідеологічного запитування, його циклічної динаміки та його есхатологічної спрямованості на остаточні питання людського існування дозволяє виявити один із фундаментальних механізмів, через які пропагандистські наративи деформують людську здатність до критичного осмислення реальності, і водночас окреслити шляхи опору цій деформації.

Філософське вопрошання як процедура не зводиться лише до пошуку відповідей на сформульовані питання, а становить фундаментальну основу людського ставлення до реальності, що суттєво відрізняється від функціонування запитань у науковому контексті. Зокрема, вопрошання в загальному розумінні можна трактувати як прояв пустоти чи невизначеності в знанні, спрямований на їх подолання, а також як індикатор неточності та неповноти існуючого знання [17]. Однак, особливість філософського вопрошання полягає не в бажанні усунути цю невизначеність шляхом надання остаточної відповіді, а в умінні тримати питання відкритим, постійно переглядаючи його з різних ракурсів.

У науковому підході, коли дослідник стикається з ситуацією, де відсутнє адекватне пояснення об'єктивних фактів у межах наявного знання, він прагне вийти з цього стану та розв'язати проблему [17]. Отже, це передбачає дві можливі стратегії: інтеграцію нового елемента знання в існуючу систему, що може спричинити її трансформацію, або ігнорування виниклої невідповідності [17]. При цьому центральне місце в науковому процесі займає розв'язання задачі, тобто формулювання ствердної відповіді на поставлене питання – якщо питання виникає, то на нього неодмінно потрібна відповідь. Працюючи в рамках усталеної

парадигми, вчений не буде навмисно руйнувати цю систему знання, в якій здійснює свою діяльність, шукати її вразливі місця чи висувати питання, що негативно вплинуть на сформовану базу. Таким чином, у науці питання виконує допоміжну функцію інструмента: після його постановки вчений намагається або знайти відповідь, або взагалі усунути саме питання [17].

На противагу цьому, філософське знання організоване за іншими принципами. Більшість запитань, які турбують сучасних філософів, існують уже тисячоліттями. Визначаючи особливості питань, що постають у філософії, Бертран Рассел пропонує парадоксальну формулу: завдання філософії полягає в тому, щоб «досліджувати ці питання, якщо не відповідати на них». Крім того, сучасна наука, зіткнувшись з нерозв'язною проблемою, просто відмовляється від її розгляду, тоді як філософія з самого початку допускає, що світ може бути нерозв'язною загадкою. Тому наявність вічних, нерозв'язних питань стає ключовим елементом у розумінні специфіки філософського знання, хоча філософія відрізняється від науки ще й тим, що, починаючись із подиву та розширюючи межі непізнаного, не може ігнорувати такі питання [3].

Емпіричні та логіко-математичні питання за своєю суттю є закритими, тоді як філософські – принципово відкритими. Це не означає, що люди завжди досягають згоди щодо відповідей на емпіричні чи логіко-математичні питання, але такі питання побудовані так, що після отримання достатніх ресурсів для правильної відповіді будь-яка подальша незгода більше свідчить про учасників дискусії, ніж про саму відповідь. Наприклад, якщо Аліса та Боб не згодні щодо кількості гостей на їхній вечірці, то один з них, ймовірно, дезінформований, ірраціональний чи просто впертий; однак, якщо вони сперечаються про те, чи варто проводити вечірку в п'ятницю, а не в суботу, обидва можуть бути повністю поінформованими, раціональними та відкритими. Отже, філософські питання – це ті, на які неможливо відповісти емпірично чи математично, через спостереження чи розрахунки; вони залишаються відкритими для інформованої, раціональної та

чесної незгоди навіть після того, як усі релевантні дані стали доступними, а відповіді сформульовані [47].

Щоб перевірити справді відкритий характер питання, можна застосувати такий тест: якщо комунікація успішна і хтось отримує запитувану інформацію, то повторювати питання було б нерозумно, оскільки це не принесе кращого розуміння [47, посилаючись на Вітгенштайна]. Однак, якщо є сенс повторювати питання як запит на додаткову інформацію навіть після отримання будь-якої кількості релевантних емпіричних чи логіко-математичних даних, то це вказує на питання, яке не може бути задоволене отриманою відповіддю. Саме так відбувається з відкритими питаннями: усі доступні емпіричні факти чи докази не роблять нерозумним продовжувати ставити питання у формі «так, але...» [47]. Цей тест на «розумно повторюване питання» має подібність з аргументом відкритого питання, розробленим Дж. Е. Муром у його *Principia Ethica* для спростування натуралістичної помилки.

У контексті пропагандистських наративів ця відмінність між закритими та відкритими питаннями набуває особливого значення. Зокрема, пропаганда намагається перетворити філософські питання, які за своєю природою відкриті, на закриті, нав'язуючи єдино «правильні» відповіді та унеможлиблюючи подальше вопрошання. Вона імітує структуру наукового знання, де питання вимагають однозначних відповідей, застосовуючи цю логіку до сфер, які принципово не піддаються такому закриттю. Питання про цінності, сенс історичних подій, колективну ідентичність чи справедливість соціального порядку є відкритими – вони допускають множинність інтерпретацій і залишаються предметом раціональної дискусії навіть після отримання всіх емпіричних фактів. Проте пропагандистський дискурс блокує цю відкритість, представляючи складні питання як такі, що мають самоочевидні відповіді, які не потребують подальшого перегляду.

Історія філософії показує, що культурно-історичний контекст, у якому формулюються певні питання, накладає на них свій відбиток, і кожна епоха визначає специфіку цих питань [33]. Формулювання основного питання філософії залежить від філософського напрямку, в рамках якого воно постає: класична філософія бачила його як питання про відношення духовного до чуттєвого [Там же], тоді як екзистенціалізм переосмислив його як дилему про те, чи варте життя того, щоб його прожити. Звертаючись до особливостей питань, що ставляться, можна зрозуміти і тих, хто їх формулює, – самих філософів [13]. Таким чином, ця історична мінливість основних філософських питань виявляє важливу закономірність: відкриті питання не є абстрактними, позачасовими проблемами, а завжди артикулюються в конкретній культурно-історичній ситуації, відповідаючи на виклики свого часу.

Пропагандистські наративи експлуатують цю історичну зумовленість філософського вопрошання, але в деформованому вигляді: замість визнання мінливості основних питань та легітимності їх переформулювання пропаганда фіксує певну історичну версію питання як єдино можливу, натуралізує її, представляючи як вічну та незмінну. Вона блокує саму можливість переосмислення основних питань, що стоять перед суспільством, нав'язуючи застарілі формулювання як актуальні або, навпаки, штучно конструюючи «нові» питання, які насправді не відповідають реальним викликам епохи. Отже, пропаганда паразитує на легітимній історичності філософського вопрошання, використовуючи її для маніпулятивного контролю над тим, які питання взагалі можуть бути поставлені в публічному просторі.

Однією з переваг філософського знання є здатність «жити без впевненості і водночас не бути паралізованим цією нерішучістю» [3]. Цю якість можна поширити і на сферу науки: філософський погляд на науку як на систему дозволяє осмислити «перехід» чи «зміну» наукової теорії, прийняти її мінливість, відкриваючи шлях до наукової революції. Спроба розглядати науку як систему, відкриту для змін і не визначену однозначно, свого часу допомогла знайти вихід

із кризи класичного природознавства. Природознавство описує природу не просто такою, якою вона є сама по собі, а такою, яка відповідає на наші питання і піддається нашим методам дослідження [6]. Крім того, жоден дослідний факт не може бути сформульований поза певною системою понять, і будь-яка уявна дисгармонія між фактами може бути усунена лише шляхом належного розширення цієї системи.

Специфіка філософського знання полягає також у тому, що воно ставить проблеми іншим формам знання, створює можливість поглянути на ту чи іншу сферу знання «збоку», зіставити її з іншими сферами, забезпечуючи вихід за рамки існуючої парадигми, що обмежує мислення. Філософія дозволяє розглядати знання як нестійке формування, не визначене однозначно, але відкрите для питань [17]. У контексті аналізу пропагандистських наративів філософське вопрошання стає критичним інструментом деконструкції: воно дає змогу виявити імпліцитні припущення, на яких ґрунтуються пропагандистські твердження, поставити під сумнів їхню самоочевидність, розкрити їхню історичну зумовленість та ідеологічну функцію.

Філософія функціонує в циклах систоли та діастоли, стиснення та розширення, аутсорсингу та інсорсингу проблем та рішень. З часом філософія передає назовні питання, відповіді на які вимагають не ноетичних, а емпіричних або логіко-математичних ресурсів – були періоди, коли багато питань, які ми нині вважаємо науковими, тобто закритими, вважалися філософськими, тобто відкритими, від астрономії до медицини. Водночас філософія запозичує нові або оновлені відкриті питання, породжені історією людства, її розвитком, відкриттями, винаходами, новими семантичними артефактами. Географічні відкриття та їхній культурний вплив, наукова революція, Просвітництво, нові соціальні, політичні та економічні конфлікти, дебати про основи математики та фізики, енергетичні та екологічні кризи, інформаційна революція – усе це значущі приклади макроскопічних джерел нових відкритих питань, які адресує філософія [47].

Розглядаючи лише половину циклу, як своєрідне тривале та агонізуюче стиснення, люди оголошують філософію мертвою або принаймні вмираючою, але ця помилка має бути очевидною. Оскільки філософія працює циклічно і не рухається прямою лінією, краще розглядати історію філософії як еволюцію семантичних артефактів, які ми розробляємо для роботи з відкритими питаннями, а не як прогрес. У довгостроковій перспективі прогрес у науці вимірюється накопиченням відповідей на закриті питання – відповідей, які більше не є справді відкритими для інформованої, раціональної та чесної незгоди. Водночас у довгостроковій перспективі еволюція у філософії вимірюється накопиченням відповідей на відкриті питання – відповідей, які за самою природою питань, на які вони адресовані, залишаються відкритими для розумної незгоди [47].

Пропагандистські наративи намагаються зупинити цей циклічний рух філософського вопрошання, заморозити певний момент історії як остаточний, представити конкретні відповіді на відкриті питання як закриті, не потребуючі подальшого переосмислення. Вони блокують інсорсинг нових відкритих питань, що породжуються змінами суспільства, технологічним розвитком, новими формами соціального досвіду. Таким чином, пропаганда прагне зробити філософію не живою, циклічною практикою, а мертвою догмою – набором закритих відповідей на питання, які насправді залишаються відкритими. Філософське вопрошання як критичний засіб осмислення створюваної реальності полягає саме у відновленні відкритості питань, у визнанні легітимності множинних відповідей, у збереженні можливості повертатися до фундаментальних питань знову і знову з нових перспектив.

Оскільки філософія формулює нові відкриті питання та проектує нові відповіді або переглядає старі відкриті питання та перепроjektує їхні відповіді, перебуваючи у двосторонній взаємодії зі своїм часом, краще розуміти філософію як своєчасне, а не позачасове дослідження відкритих питань. Це не запрошення слідувати інтелектуальним модам, а нагадування про те, що жива філософія потребує взаємодії з відкритими проблемами, дбайливо не втрачаючи з поля зору

їхню довгострокову релевантність та цілеспрямованість. Філософія як дослідження відкритих питань є есхатологічною за своєю природою: відкриті питання, які мають найбільше значення, є граничними. Класика у філософії пропонує відповіді, які зберігають свою цінність довго після їхньої артикуляції і можуть бути перепризначені в нових контекстах.

Має величезне значення, чи є культура, цивілізація або суспільство дружніми до філософії як спроби відповісти на такі граничні питання, як дослідження відкритих питань, що проектує концептуальні артефакти для відповіді на них [47, посилаючись на Аристотеля]. Людство не може терпіти такого семантичного вакууму, тому серйозний ризик полягає в тому, що якщо філософія не адресує такі відкриті питання, хтось інший це зробить [47]. Ті, хто виступає проти філософії, передають поганому філософському трактуванню всі граничні, відкриті питання, відповіді на які керують більшістю наших життів, і мають усвідомити, що сумнівні гуру, релігійні фундаменталісти, самозванці та шарлатани всіх видів заповнюють цю прогалину. Боротьба проти філософії є боротьбою за обскурантизм.

У контексті пропагандистських наративів відмова від філософського вопрошання означає передачу монополії на відповіді щодо відкритих питань тим силам, які зацікавлені не в їхньому автентичному дослідженні, а в інструменталізації цих питань для досягнення політичних цілей. Пропаганда заповнює вакуум, створений відсутністю живої філософської культури, пропонуючи спрощені, догматичні відповіді на складні питання людського існування. Відновлення філософського вопрошання як культурної практики є необхідною умовою опору пропаганді: воно дозволяє утримувати питання відкритими, визнавати легітимність розумної незгоди, повертатися до фундаментальних проблем з нових перспектив, критично осмислювати створювану пропагандою реальність замість пасивного її прийняття як даності.

3.4. Можливі моделі епістемічної стійкості в умовах постправди

Проведений аналіз феноменів постправди та пропаганди виявляє необхідність розробки комплексних стратегій протидії деструктивним наслідкам цих явищ. Водночас критично важливо усвідомити, що боротьба з постправдою не може зводитися до простого повернення до фактів або технічних рішень верифікації інформації. Постправда є системним проявом сучасної епістемі, що виник на перетині філософського релятивізму, психологічних особливостей масової свідомості, технологічних трансформацій медіасередовища та кризи традиційних демократичних інститутів. Відповідно, подолання деструктивних наслідків постправди вимагає фундаментального переосмислення механізмів формування публічної сфери, відновлення культури раціональної дискусії та створення нових форм критичної медіаграмотності.

Тож центральною стратегією протидії постправді є відновлення автономної суб'єктності через розвиток філософської рефлексії - за таких обставин роль філософії не тільки зберігається, а й суттєво посилюється. Взагалі, філософія виконує три критично важливі функції в боротьбі з постправдою: пояснює, яким чином інформаційні рамки визначають способи самоусвідомлення, розвиває культуру аргументованої незгоди та інтелектуальної скромності, відкриває можливість мислення поза межами наявних дискурсивних рамок.

Слід зауважити, що на відміну від емпіричних наук, що часто приймають модель суб'єкта як дану, філософія критично досліджує її передумови та аналізує механізми формування суб'єктивного досвіду в медіасередовищі. Саме філософський аналіз дозволяє виявити приховані концептуальні рамки, що структурують політичні конфлікти як конкуренцію інтерпретацій, і повертає індивідові здатність до рефлексії та критичного осмислення інформації.

Особливо важливим є збереження та розвиток філософської рефлексії як засобу відновлення автономної суб'єктності — здатності індивіда формувати

власну позицію на основі критичного аналізу, а не як пасивного продукту зовнішніх інформаційних впливів. Лише через таке комплексне переосмислення можливе створення інтелектуального та інституційного імунітету проти маніпулятивних практик епохи постправди.

Також важливою стратегією протидії постправді є філософське осмислення взаємодії пропозиційного та екзистенційного вимірів істини. Розуміння цієї «двовимірності» істини, яка постає у подвійному вигляді «об'єктивності» висловлювання та одночасно переживання його відповідності цілісності буття людини, дозволяє розробити більш ефективні стратегії комунікації.

Сучасна комунікація і, отже, її філософське осмислення за доби постправди зустрічають нетрадиційний виклик: його осередком є пошуки відповіді на питання кінцевого збігу двовимірності єдиної істини як завдання і перспективи людського існування. Це вимагає вироблення нового типу припущень про умови можливості вільної дії, що враховує культурно-історичну зумовленість людського досвіду.

У цій перспективі свобода постає як вільний і рішучий пошук істини буття людини, яке відповідає його власній культурній ідентичності, водночас не відмовляючись від критеріїв раціональної верифікації [4]. Тож завдання полягає у знаходженні балансу між визнанням екзистенційного виміру істини та збереженням можливості об'єктивної перевірки фактичних тверджень.

Крім того, необхідною стратегією є відновлення культури раціональної дискусії та критичного мислення. Це передбачає подолання ідейного терору, що характеризується ідейною нетолерантністю, нехиттю до вільної критичної думки і взагалі до сталого мислення. Тобто необхідно заохочувати людей, які мислять самостійно, не піддаються тиску позаінтелектуальних емоцій і партійному мисленню. Замість морального дискредитування протилежної сторони лише через те, що вона не є з «нашого боку», слід розвивати здатність до аргументованої незгоди, що спирається на раціональні підстави.

Це вимагає відновлення важливих в європейській культурі категорій виразних дихотомічних поділів на добро і зло, красу й потворність, правду й брехню, свободу й поневолення, право й безправ'я — не як абсолютних та незмінних, а як необхідних орієнтирів для раціонального дискурсу. Світ має стати більш зрозумілим через відновлення можливості раціонального мислення та дії.

Наступною ж стратегією, яку хочеться висвітлити, є подолання фрагментаризації суспільства через відновлення поняття спільного блага. Це передбачає вихід за межі інформаційних бульбашок та подолання когнітивного упередження підтвердження. Відповідно, необхідно розвивати рефлексію над можливостями виживання всього суспільства в ситуації реалізації партикулярних цінностей та інтересів. Замість емоційного поділу на прихильників окремих ідей, слід відновлювати здатність до раціонального обговорення спільних проблем та пошуку компромісних рішень [28]. Це, в свою чергу, вимагає виходу за межі медіа, які проголошують виключно ті погляди, які відповідають певним групам, та відновлення простору справжнього публічного дискурсу, де можливе зіткнення різних позицій на раціональних підставах.

Не менш дієвою стратегією є реагування на постправду є відновлення довіри до раціональних підстав знання та залучення якомога більшої кількості людей до протидії дезінформації на основі етики та обіцянки правди [57]. Постправда проявляється як недовіра до усталених інституцій, включаючи уряд, академічні кола та науковий консенсус, і саме в цьому полягає її головна загроза. Тож це вимагає не простого відновлення авторитету інституцій, а критичного переосмислення самих підстав їхньої легітимності: довіра має базуватися не на сліпому прийнятті авторитету, а на розумінні раціональних процедур виробництва знання та можливості їхньої критичної перевірки.

Таким чином, боротьба з пропагандою та постправдою вимагає не простого спростування фактами, а критичного аналізу механізмів конструювання колективних значень, розвитку медіаграмотності та відновлення простору

автономного критичного мислення [28]. Лише через таке багаторівневе розуміння природи пропаганди та постправди можливе формування дієвих стратегій захисту інформаційного простору та збереження раціональної основи демократичного публічного дискурсу.

Комплексний підхід має поєднувати філософську рефлексію над природою істини та знання, розвиток культури раціональної дискусії, критичну освіту, що формує автономну суб'єктність, та відновлення довіри до раціональних процедур верифікації при усвідомленні їхніх обмежень. Лише через таке комплексне переосмислення можливе створення інтелектуального імунітету проти маніпулятивних практик епохи постправди [4].

Зрештою, найважливішою стратегією залишається відновлення здатності до філософського мислення як такого — здатності ставити фундаментальні питання про природу істини, знання, свободи та відповідальності. Саме ця здатність дозволяє не просто реагувати на конкретні прояви постправди, а формувати стійку епістемічну позицію, що спирається на усвідомлення складності та багатовимірності проблеми істини в сучасному світі.

Висновок

Отже, проведений інтегративний філософський аналіз взаємодії постправди та пропаганди дозволяє сформулювати низку принципових висновків щодо природи, механізмів функціонування та можливостей протидії цим феноменам у сучасному інформаційному просторі.

Першочергово було здійснено компаративний аналіз, який продемонстрував, що постправда і пропаганда являють собою феномени з різною онтологічною природою: пропаганда постає як історично стабільний інструмент організованого впливу з чіткою суб'єкт-об'єктною структурою, тоді як постправда функціонує як децентралізований когнітивно-дискурсивний режим, де реципієнт виступає активним співтворцем постправдивої реальності. Водночас у сучасному

цифровому середовищі ці феномени перебувають у синергійній взаємодії: постправа надає пропаганді епістемологічне виправдання через релятивізацію істини, а пропаганда забезпечує інституційну інфраструктуру для масового поширення постправдивих наративів. Це призводить до ерозії традиційних інститутів легітимації знання та створення вакууму довіри.

Далі герменевтичний аналіз виявив, що пропаганда експлуатує універсальні структури людського розуміння світу, описані Гадамером і Рікером. Вона використовує дієво-історичну зумовленість свідомості, структуру передсудів, механізм злиття горизонтів та символічну мову, але деформує ці механізми, блокуючи автентичний герменевтичний досвід. Пропаганда вбудовується в саму структуру розуміння — в історично зумовлену свідомість, мовні практики, символічні системи, що пояснює безсилля раціональної контраргументації проти пропагандистського впливу.

В свою чергу, аналіз філософського вопрошання виявив глибинний механізм маніпулятивного впливу: пропаганда перетворює відкриті філософські питання на закриті технічні завдання, блокуючи можливість критичного осмислення. Філософське вопрошання постає як критична практика опору, що дозволяє утримувати питання відкритими та зберігати простір для розумної незгоди. Відмова від філософського вопрошання означає передачу монополії на відповіді силам, зацікавленим в інструменталізації питань для політичних цілей. І, наостанок, розробка моделей епістемічної стійкості показала, що подолання постправди вимагає не простого повернення до фактів, а фундаментального переосмислення механізмів формування публічної сфери. Центральною стратегією є відновлення автономної суб'єктності через філософську рефлексію, яка виявляє приховані концептуальні рамки та повертає здатність до критичного осмислення. Критично важливими стратегіями є також осмислення двовимірності істини, відновлення культури раціональної дискусії, подолання фрагментаризації суспільства та відновлення довіри до раціональних підстав знання. Зрештою, найважливішою стратегією залишається відновлення здатності до

філософського мислення — здатності ставити фундаментальні питання про природу істини, знання, свободи та відповідальності. Лише через комплексне переосмислення можливе створення інтелектуального імунітету проти маніпулятивних практик епохи постправди та збереження можливості демократичного діалогу в умовах інформаційної перевантаженості та ціннісної поляризації.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження було присвячене філософському аналізу феномена пропаганди в епоху постправди, в межах якого розглядалися соціальні механізми конструювання колективної реальності, трансформація суб'єктності та специфіка сучасного медіасередовища. Об'єктом виступали механізми творення соціальної реальності в пізньому модерному суспільстві, тоді як предмет було окреслено як функціонування пропаганди як особливого механізму створення колективної реальності в умовах постправди з акцентом на риторичних засобах і інтерпретативних процедурах. Мета роботи — філософський аналіз феномену пропаганди в епоху постправди та виявлення взаємозв'язку між пропагандистськими практиками, трансформаціями публічної сфери й епістемічним статусом істини — реалізована шляхом послідовного розв'язання комплексу теоретичних і методологічних завдань.

У першому розділі було з'ясовано, що постправда не зводиться ані до банальної брехні, ані до випадкової деформації фактів, а постає як системний стан сучасної епістемі. Вона характеризується поєднанням маніпулятивної природи, множинності «істин», пріоритету інтерпретації над кореспонденцією та радикалізованого плюралізму, за якого фактична коректність відступає на другий

план перед емоційною привабливістю наративу. Розмежування постправди з категоріями неправди, брехні, «напівправди» й популізму дозволило показати, що постправда означає не просто заперечення істини, а зміну режиму істинності: істинним визнається те, що здатне мобілізувати, консолідувати та легітимувати певні групові інтереси. Історична реконструкція, яка охоплює пропаганду тоталітарних режимів, практики Холодної війни, становлення політейнменту та політичні події початку XXI століття, продемонструвала, що інституційне оформлення постправди стало результатом тривалої еволюції медіатизованого політичного простору, в якому емоційно насичені образи поступово витіснили раціонально-аргументативні форми дискурсу.

Філософська генеза постправди, простежена від опозиції Парменіда й Геракліта через платонівське розуміння істини, скептицизм Юма, ніцшеанський перспективізм, деконструкцію Дерріда, концепт «влада–знання» Фуко, теорії симуляції Бодріяра, комунікативну раціональність і публічну сферу Габермаса та ідею «рідинної сучасності» Баумана, дала змогу окреслити постправду як результат певної інтелектуальної траєкторії. Ця траєкторія включає відхід від уявлення про єдину, позаісторичну істину, розуміння знання як продукту дискурсивної боротьби й символічних структур, а також усвідомлення нестабільності соціальних орієнтирів у плинних, індивідуалізованих суспільствах. У такому контексті постправда виявляється не випадковим «збоєм», а закономірним етапом розвитку західної епістемологічної та соціально-філософської традиції.

Подальший аналіз показав, що в умовах постправди зазнає радикальної трансформації сама структура суб'єктності. Модель автономного, раціонального суб'єкта модерності поступається місцем суб'єкту, зануреному в потоки фрагментованих медіанаративів, чия ідентичність і система переконань формуються під впливом алгоритмічно організованого інформаційного середовища. Соціальні мережі й цифрові платформи не просто передають інформацію, а вибудовують специфічні форми досвіду, в яких емоційна реакція,

миттєва видимість і логіка «лайків» стають основними критеріями значущості. Це створює сприятливий ґрунт для закріплення постправдивих наративів і гранично ускладнює відновлення раціональної публічної дискусії.

У другому розділі було здійснено історико-філософську та концептуальну реконструкцію феномена пропаганди. Продемонстровано, що пропаганда еволюціонувала від класичних вертикальних моделей, орієнтованих на односторонню комунікацію «суб'єкт–об'єкт», до сучасних горизонтальних, мережових та інтерактивних форм впливу. Сучасна пропаганда більше не обмежується прямою трансляцією готових лозунгів; вона працює зі складними дискурсивними практиками, продукує «фон» повсякденного сприйняття, інтегрується в розважальний контент і алгоритмічні рекомендаційні системи. Риторичний аналіз у неориторичній парадигмі Хаїма Перельмана дозволив показати, як ентимеми, метафори, гіперболи, іронія та інші фігури не просто «прикрашають» повідомлення, а конструюють ефект правдоподібності, нормалізують бажані інтерпретації подій і закріплюють певні ціннісні орієнтири. Герменевтична перспектива, у свою чергу, виявила, що пропаганда працює як технологія керованої інтерпретації: вона не лише повідомляє факти, а задає рамки їх прочитання, структурує контекст, розподіляє ролі «своїх» і «чужих», пропонує готові сценарії осмислення реальності.

У третьому розділі було здійснено інтегративний аналіз взаємодії постправди та пропаганди. Показано, що ці два феномени не є просто суміжними чи додатковими, а утворюють єдиний комунікативний комплекс пізнього модерного суспільства. Постправда створює умови, в яких істина перестає виконувати нормативну функцію критерію, а перетворюється на ресурс символічної боротьби; пропаганда в цих умовах виступає як інструмент експлуатації та поглиблення цієї ситуації. Взаємодія постправди й пропаганди породжує новий тип символічної реальності, де межі між фактом і інтерпретацією, інформацією й наративом, переконанням і маніпуляцією стають дедалі розмитішими. Це докорінно змінює форми політичної мобілізації, механізми

конструювання колективної ідентичності та умови можливості демократичного діалогу, що особливо виразно проявляється в контексті гібридних воєн і російсько-українського конфлікту.

Завершальний аналітичний блок, присвячений можливим моделям епістемічної стійкості, показав, що протидія постправді не може бути зведена до технічних практик фактчекінгу чи простого «повернення до фактів». Оскільки постправа є системним проявом сучасної епістемі, йдеться про необхідність переосмислення самих умов формування публічної сфери, характеру медіаінфраструктури та культурних настанов щодо істини й знання. У роботі наголошено на кількох ключових стратегіях епістемічної стійкості: відновленні автономної суб'єктності через філософську рефлексію; усвідомленні двовимірності істини як поєднання кореспонденційного й дискурсивного вимірів; формуванні культури раціональної дискусії, здатної витримувати конфлікт інтерпретацій без скочування в релятивізм; подоланні фрагментаризації суспільства через розвиток практик солідарності й взаємного визнання; послідовному підвищенні медіаграмотності як здатності розпізнавати маніпулятивні наративи, симулятивні образи та технології афективної мобілізації. Визначальною умовою такої стійкості постає відновлення філософського «вопрошання» як культурної практики, що утримує питання відкритими, не дозволяючи пропаганді остаточно монополізувати відповіді на фундаментальні екзистенційні й політичні запити.

Цінність цієї роботи полягає в тому, що вона пропонує цілісну концептуалізацію взаємодії постправди й пропаганди як ключового механізму конструювання колективної реальності в сучасному суспільстві, а не просто опис окремих медійних технік. Сформульовані в ній тези про зміну статусу істини, трансформацію суб'єктності та риторично-інтерпретативну природу пропаганди задають продуктивні орієнтири для подальших філософських досліджень політичної комунікації, медіапростору й публічної сфери. Водночас окреслені моделі епістемічної стійкості демонструють, що філософський аналіз здатний

безпосередньо працювати на формування культури критичного мислення й відповідального ставлення до слова, що особливо важливо в умовах гібридних конфліктів та інформаційних війн. У такому вимірі робота постає як внесок у осмислення не лише того, як постправда і пропаганда спотворюють реальність, а й того, які принципи й інтелектуальні практики необхідні для збереження надії на розвиток середовища не схильного до маніпуляцій.

Список використаних джерел

1. Антоненко К. Репрезентації концепції свободи в постмодернізмі (Мішель Фуко та Жан Бодріяр): кваліфікаційна робота. Київ, 2023. С. 1–37.
2. Архипова Л. Д. Герменевтика у пошуках істини й методу: Ганс-Георг Гадамер – Еміліо Бетті – Ерік Дональд Гірш. *Наукові записки НаУКМА*. 2011. Т. 115. С. 46–48.
3. Бертран Р. Історія західної філософії / пер. з англ. Ю. Лісняк, П. Таращук. Київ : Основи, 1995. 759 с.
4. Бистрицький Є. Екзистенційна істина і постправда. *Філософська думка*. 2018. № 5. С. 54–71.
5. Верстин А. Епоха постправди у працях філософів XX–XXI століть: теоретико-філософський аналіз. *Humanities Studies*. 2025. № 23. С. 17–25.
6. Гейзенберг В. Фізика і філософія. Частина і ціле / пер. з нім. А. В. Ахутін; під ред. Н. Ф. Овчинникова. : Наука, 1989. С. 143.
7. Гриненко Я. Платон про істину та введення до омани у політичному житті : Кваліфікаційна дипломна робота. Харків, 2022. 51 с.
8. Гурківська А. Змістовна демаркація постправди, пропаганди, дезінформації та неправдивої інформації. *GRANI*. 2023. № 26. С. 118–125.
9. Данканіч Р. І. Криза раціонального мислення в західноєвропейській філософії. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. № 36. С. 35–40. URL: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i36.1108> (дата звернення: 05.12.2025).
10. Демішева І. Метафори у дискурсі Віктора Ющенка. *Політичний менеджмент*. 2008. № 6. С. 151–159.
11. Жорнокуй У. В., Коваленко Н. А., Калініченко М. М. Риторичні фігури в сучасному медійному дискурсі. *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Journalism*. 2024. Т. 2, № 3. С. 227–233. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/36> (дата звернення: 05.12.2025).

12. Істина і метод. Том 1: Герменевтика І: Основи філософ. герменевтики - Ганс-Георг Гадамер - Тека авторів - Чтиво. *Чтиво*. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Gadamer_Hans-Georg/Istyna_i_metod_t1/ (дата звернення: 07.12.2025).
13. Камю А. Міф про Сізіфа / пер. з франц. О. Жупанський. 2015. 105 с.
14. Карпова С. Г., Щєпова Д. Р. Філософія освіти М. Фуко в контексті сучасної української культури: знання та інтелектуал. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. Вип. 37. С. 57–64. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/11807> (дата звернення: 05.12.2025).
15. Коркос Я. О. Епоха постправди у сучасному світі: витоки та причини. *Sloboda Scientific Journal. Psychology*. 2023. № 1. С. 23–31. URL: <https://doi.org/10.32782/psyspu/2023.1.4> (дата звернення: 05.12.2025).
16. Кропивко В. В. Технології впливу на громадську думку: політична рекламістика та пропаганда. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. № 33. С. 97–101. URL: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i33.1047> (дата звернення: 05.12.2025).
17. Кун Т. Структура наукових революцій. [Київ] : Port-Royal, 2001. 226 с.
18. Мова і можливість літературної герменевтики. *Науково-ідеологічний центр імені Дмитра Донцова*. URL: <https://dontsov-nic.com.ua/mova-i-mozhlyvist-literaturnoi-hermenevtyky/> (дата звернення: 07.12.2025).
19. Наумкін І. О. Політичне маніпулювання в інтернет-просторі в епоху постправди. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2024. № 49. С. 246–251. URL: <https://doi.org/10.32782/apfs.v049.2024.42> (дата звернення: 05.12.2025).
20. Нищета В. А. Сучасна риторика в контексті філософії: методологічний аспект. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2016. № 2. С. 71–77.

21. Ніцше: поза епохою постправди?. *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/ua/ніцше-поза-епохою-постправди/> (дата звернення: 07.12.2025).
22. Ніцше Ф. По той бік добра і зла. Генеалогія моралі/ Пер. з нім. А.Онишко. Львів: *Limonis*, 2002. 320 с.
23. Павлов Д. М. Особливості технологій політичної пропаганди. *Грані*. 2018. Т. 21, № 2. С. 141–149.
24. Пархомчук Д. Феномен постправди у контексті російсько-української війни. С. 1–3.
25. Пасько Я. І., Білецький В. В., Савенкова М. Є., Бурега В. В. Логіка: навчально-методичний посібник. Заг. ред. Бурега В. В. Донецьк, 2004.
26. Перевертун О., Ловейко Т. Аналіз засобів впливу геббельсівської пропаганди. *Молодий вчений*. 2023. № 11 (123). С. 45–48. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-18> (дата звернення: 05.12.2025).
27. Прядун Х., Ніконова В. Прагматика комічного у риториці війни В. Черчилля і В. Зеленського. *FOLIUM*. 2024. № 4. С. 252–258. URL: <https://doi.org/10.32782/folium/2024.4.38> (дата звернення: 05.12.2025).
28. Радзік Р. Культурні контексти відходу від правди: приклади польські і не тільки. *Український соціологічний журнал*. 2018. Вип. 19/20, № 1/2. С. 19–31.
29. Романюк С. Мова пропаганди у спектрі сучасної лінгвістики. *Мова в suspil'stvі: semantika, sintaktika, pragmatika*. 2019. С. 75–85.
30. Синчак О. Риторичність: повернення риторики в нурт філології. *Наукові записки УКУ. Філологія*. 2020. Вип. 1. С. 13–36.
31. Ситуація постмодерну - Жан-Франсуа Ліотар - Тека авторів - Чтиво. *Чтиво*. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Lyotard_Jean-Francois/Sytuatsia_postmodernu/ (дата звернення: 07.12.2025).
32. Слюсар В., Христокін Г., Ястребова А. Чи можливий діалог в епоху постправди? (медіафілософські та соціально-комунікативні студії). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські*

- науки. 2023. № 1(93). С. 29–40. URL: [https://doi.org/10.35433/philosophicalsciences.1\(93\).2023.29-40](https://doi.org/10.35433/philosophicalsciences.1(93).2023.29-40) (дата звернення: 05.12.2025).
33. Феєрбах, Л. (1841) Сутність християнства. (Оригінал: Feuerbach, L. (1841). *Das Wesen des Christentums*. Leipzig: Otto Wigand (<https://archive.org/details/a581696600feneuoft>)
34. Фітьо В. Феномен розуміння в герменевтиці Гадамера. *Вісник Львівського університету*. 2007. № 10. С. 128–138.
35. Холох О. І. Філософсько–антропологічне осмислення сучасної пропаганди. *Гілея*. 2016. Вип. 114 (№ 11). С. 241–246.
36. Чантурія А. В. Постправда та масова свідомість. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки*. 2018. № 9 (323). Старобільськ: Вид-во ДЗ "ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2018. С. 4–14.
37. Червінська Н. Концепція публічної сфери у філософії Юргена Габермаса: кваліфікаційна робота. Київ, 2023. С. 1–71.
38. Шугаєв А. В., Мальченко М. С. Стратегія маніпуляції у політичному дискурсі: порівняльний аналіз риторики сучасних політичних лідерів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2025. № 71. С. 186–189. DOI: 10.32782/2409-1154.2025.71.42 (дата звернення: 05.12.2025).
39. Юм Д. КНИГА II ПРИСТРАСТЕЙ ЧАСТИНА III ВОЛІ І ПРЯМИХ ПРИСТРАСТЕЙ. *Трактат про людську природу*.
40. Юрашук Я. Стилiстичнi засоби у сучасному англomовному дискурсі (на матеріалі політичних промов Елізабет Трасс та Бориса Джонсона): кваліфікаційна робота. Чернівці, 2024. С. 1–85.
41. A new rhetorical view of media environment – from televisions to social media. *Риторика і комунікації*. Риторика і комунікації | Пиър ревюирано научно списание - ISSN 1314-4464. URL: <https://rhetoric.bg/iglika-kassabova-a-new->

[rhetorical-view-of-media-environment-from-televisions-to-social-media](#) (дата звернення: 05.12.2025).

42. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Polity Press, 2013. 240 p.
43. Behind the Post-Truth World: A Philosophical Perspective on Information and Media Literacy. *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World*. 2020. P. 139–161. URL: https://www.researchgate.net/publication/339391904_Behind_the_Post-Truth_World_A_Philosophical_Perspective_on_Information_and_Media_Literacy (дата звернення: 05.12.2025).
44. Braet A. C. The Enthymeme in Aristotle's Rhetoric: From Argumentation Theory to Logic. *Informal Logic*. 1999. Vol. 19, no. 2. URL: <https://doi.org/10.22329/il.v19i2.2322> (дата звернення: 05.12.2025).
45. Drabiuk S. Propaganda and its types. Ways to counter propaganda. *Analytical and Comparative Jurisprudence*. 2022. № 1. С. 153–157. URL: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.01.28> (дата звернення: 07.12.2025).
46. Ellul J. *Propagandes*. P., 1962.
47. Floridi L. What is a Philosophical Question?. *SSRN Electronic Journal*. 2013. URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3854463> (дата звернення: 07.12.2025).
48. Friedman J. Introduction: Post-Truth and the Epistemological Crisis. *Critical Review*. 2023. P. 1–21. URL: <https://doi.org/10.1080/08913811.2023.2221502> (дата звернення: 07.12.2025).
49. Gane N. Review: Zygmunt Bauman: *Liquid Modernity and Beyond*. *Acta Sociologica*. 2001. Vol. 44, no. 3. P. 267–275.
50. Global Politics in a Post-Truth Age / ed. by S. McGlinchey et al. E-International Relations, 2022. P. 1–162.
51. Hannah McHugh, Catarina Neves & Mia Salminen. Philosophy in the age of post-truth politics. *What to do about now*. URL: <https://www.whattodoaboutnow.com/post/philosophy-in-the-age-of-post-truth-politics> (дата звернення: 05.12.2025).

52. Hardoš P., Lee McIntyre: Post-Truth. *Organon F.* 2019. URL: <https://doi.org/10.31577/orgf.2019.26210> (дата звернення: 05.12.2025).
53. How Far Is Rhetoric from Propaganda? *IvyPanda*. URL: <https://ivypanda.com/essays/rhetoric-and-propaganda-how-far-is-rhetoric-from-propaganda/> (дата звернення: 05.12.2025).
54. Hyska M. Against Irrationalism in the Theory of Propaganda. *Journal of the American Philosophical Association*. 2022. P. 1–15. URL: <https://doi.org/10.1017/apa.2022.4> (дата звернення: 05.12.2025).
55. Kavanagh J., Rich M. Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life. RAND Corporation, 2018. URL: <https://doi.org/10.7249/rr2314> (дата звернення: 05.12.2025).
56. Khlypavka H. H. Specifics of the use of rhetorical figures in the media space of Ukraine. *Transcarpathian Philological Studies*. 2024. № 36. P. 278–283. URL: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.36.47> (дата звернення: 05.12.2025).
57. Kovalova T., YEVTUSHENKO O. Overcoming the challenges of post-truth in modern socio-cultural communication. *Obraz*. 2022. Vol. 38, no. 1. P. 112–119. URL: [https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1\(38\)-112-119](https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1(38)-112-119) (дата звернення: 07.12.2025).
58. Lewandowsky S., Ecker U. K. H., Cook J. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. 2017. Vol. 6, no. 4. P. 353–369. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008> (дата звернення: 07.12.2025).
59. McIntyre L. Post-Truth. The MIT Press, 2018. URL: <https://doi.org/10.7551/mitpress/11483.001.0001> (дата звернення: 05.12.2025).
60. Miles C. Rhetorical Methods and Metaphor in Viral Propaganda. *The SAGE Handbook of Propaganda*. 2019. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Rhetorical-Methods-and-Metaphor-in-Viral-Propaganda-Miles/88d8e5e393442dc449f5ab60a762b051b3b6e4c4> (дата звернення: 05.12.2025).

61. Moravčíková E. Media Manipulation And Propaganda In The Post-Truth Era. *Media Literacy and Academic Research*. 2020. P. 23–37.
62. Petrenko S. The Concept of 'Truth' in Historiographical Discourse from the Standpoint of the Socio-Communicative Approach: Categorical Meaning, Functions and Correlation with the Concept of 'Verity'. *Scientific notes of the Institute of Journalism*. 2020. No. 2 (77). P. 22–42. URL: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.77.2> (дата звернення: 05.12.2025).
63. Portocarrero M. L. Ricœur's Conflict of Interpretations in the Making. Symbols, Reflection and the War of Hermeneutics. *Études Ricoeuriennes / Ricoeur Studies*. 2022. T. 13, № 1. С. 32–50. URL: <https://doi.org/10.5195/errs.2022.590> (дата звернення: 07.12.2025).
64. Post-Truth Philosophy and Truth Analysis in the Era of Disinformation and Fake News / T. Kondratyuk-Antonova et al. *Studies in Media and Communication*. 2025. Vol. 13, no. 1. P. 429. URL: <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7480> (дата звернення: 05.12.2025).
65. Propaganda in the Age of Post-Truth: The Evolution of Political Deception. *The Yale Review of International Studies*. URL: <https://yris.yira.org/column/propaganda-in-the-age-of-post-truth-the-evolution-of-political-deception/> (дата звернення: 05.12.2025).
66. Propaganda. Theoretisches Konzept und geschichtliche Bedeutung. *Docupedia-Zeitgeschichte*. URL: https://docupedia.de/zg/bussemer_propaganda_v1_de_2013 (дата звернення: 05.12.2025).
67. Raimund P. K. Conjectures and Refutations. Brand: HarperCollins Publishers, 1968. 417 p.
68. Samchuk Z., Hurkivska A. Posttruth as an instrument of political narrative of the postmodern era. *Political Studies*. 2023. No. 5. P. 163–177. URL: <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2023-1-9> (дата звернення: 05.12.2025).
69. Spierings T. The Power of Symbols in Visual Propaganda. 2021.
70. Trebin M. P., Chernyshova T. O. The fight for people's consciousness in the post-truth era. *The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series:*

Philosophy, philosophies of law, political science, sociology. 2021. Vol. 3, no. 50. URL: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.50.235224> (дата звернення: 05.12.2025).

71. Укпака Р. Post-Truth, a new Phenomenon, or an already existing one: An Investigation into the Phenomenon of Post-Truth. *Revista Atlantika*. 2024. Vol. 2, no. 1. P. 54–71. URL: <https://doi.org/10.69577/2965-6257.2024.10> (дата звернення: 05.12.2025).
72. Volkovskiy V. Philosophy in the Age of Post-Truth: Servant of the King or Clown in the Agora. *Ukraina Moderna*. 2019. Vol. 26. P. 88–98. URL: <https://doi.org/10.30970/uam.2019.26.1102> (дата звернення: 05.12.2025).
73. Vysotskyi V. Y. Post-truth: conceptual and praxiological dimensions. *Науково-теоретичний альманах "Грані"*. 2018. Vol. 21, no. 10. P. 127–132. URL: <https://doi.org/10.15421/1718138> (дата звернення: 05.12.2025).
74. Anikina N. B. The Origins of Propaganda: a Historical Retrospective. *Bulletin of Kharkiv National University of Internal Affairs*. 2025. No. 3. P. 11–20.