

**Марат Закіров,**

доктор політичних наук, доцент, завідувач відділу,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна  
e-mail: zakirovmarat65@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4897-4325>  
Web of Science Researcher ID: AAF-6246-2020  
Scopus Author ID: 58147454600

## **КОМУНІКАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЕПОХИ ПОСТПРАВДИ ЯК ПЕРЕДУМОВА НЕОПОПУЛІЗМУ**

Проведено аналіз комунікаційного середовища епохи постправди в контексті формування передумов зростання ефективності популізму. Висвітлено особливості нових форм горизонтальної та вертикальної суспільної взаємодії, що сформувалися під впливом новітніх комунікаційних технологій та інструментів. Підкреслено вплив специфіки подання інформації на формування нового типу мислення. Визначено характерні риси і загрози неопопулізму та роль сучасних комунікаційних технологій у формуванні інформаційних автократій.

*Ключові слова:* комунікаційне середовище, постправда, неопопулізм, кліпове мислення, інформаційні технології.

**Актуальність.** Перед сучасним світом знов постали проблеми, які, на думку автора відомого на весь світ бестселера «Кінець історії і остання людина» Ф. Фукуяма, уже наприкінці ХХ ст. мали б залишитися в минулому. Проте час показав, що всередині капіталістичної ліберальної демократії, яка, як вважає Ф. Фукуяма, ліквідує суперечності, що протягом існування людства рухали історію, можуть формуватися передумови до її продовження. Окремо треба зауважити, що з розвитком комунікаційних технологій, поряд із традиційними чинниками історичного розвитку політичного, соціально-економічного та світоглядного характеру, виникає ще один потужний фактор, який певним чином зумовлює руйнування того омріяного прямого шляху розвитку без катаклізмів і значних зіткнень, що характеризує кінець історії. Усвідомлення нової якості комунікаційного середовища епохи постправди актуалізувало дослідження впливу інформаційних технологій і особливостей сучасних форм комунікацій на формування

деструктивних тенденцій усередині сталих демократій і поширення впливу авторитарних режимів, що значною мірою відображається в зростанні популізму. Еволюція характеристик та масштабування явища зумовило введення в науковий дискурс дефініції «неопопулізм» і викликало чималий інтерес дослідників, які обрали за мету висвітлення специфіки та ролі сучасних методів і технологій комунікації у соціально-політичних процесах епохи постправди.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Спробу висвітлення неопопулізму як сукупності певних сфер його виникнення зробив польський дослідник А. Баргломейчик [1]. Автор наголошує, що неопопулізм виникає за певних умов на рівні економіки, права та суспільства. Значна увага в роботі приділена аналізу критеріїв визначення небезпек популізму і потенційних наслідків хибного суспільного вибору в публічній сфері. Причини сучасного процесу посилення авторитарних режимів і зростання загроз демократії досліджує С. Бульбенюк [2]. Авторка підкреслює комплексний характер проблеми, що полягає у спокусі виборців вірити в обіцянки політиків-популістів і слабкості частини демократичних урядів і політиків, що виявилися неготовими до посилення авторитаризму. Новітні автократії будують свій вплив значною мірою за рахунок активного використання інформаційних технологій, що реалізуються в різних моделях комунікації держави і суспільства. Широкий спектр проблеми політичної взаємодії й комунікації масової людини в епоху постправди досліджують О. Свідерська та С. Була [3]. Учені акцентують увагу на значному зростанні в кіберпросторі інформаційних потоків насичених дезінформацією, «альтернативною істиною», маніпуляціями фактами, що в сукупності призводить до перенасиченості свідомості і втрати здатності масової людини опиратися популістським гаслам. У свою чергу психологічний вплив з боку популізму, що дедалі зростає, несе загрозу ефективному функціонуванню демократичних інститутів. Проблеми еволюції популізму в умовах медіатизації політики вивчають О. Заславська, О. Посвістак, В. Налімова [4]. Дослідницями встановлено, що на зміну традиційному популізму приходить новий популізм, основою якого є активне використання потужних цифрових технологій. Аналіз комунікаційних інструментів конструювання реальності, що активно застосовуються в епоху постправди, досліджує М. Закіров [5]. У роботі висвітлюється вплив інформаційних технологій на еволюцію і якість сучасних медіа та визначається роль соціальних мереж у становленні нових форм горизонтальної та вертикальної суспільної взаємодії. Автор акцентує увагу на аналізі особливостей комунікаційних інструментів

епохи постправди і розкриває роль сучасних комунікаційних технологій у формуванні політичної свідомості суспільства.

**Метою статті** є аналіз комунікаційного середовища епохи постправди в контексті формування передумов зростання ефективності популізму, висвітлення особливостей нових форм горизонтальної та вертикальної суспільної взаємодії, що сформувалися під впливом новітніх комунікаційних технологій та інструментів. Для досягнення поставленої мети треба виконати такі завдання: з'ясувати характерні риси і зміст поняття «комунікаційне середовище епохи постправди», виявити особливості сучасного популізму і неопопулізму, визначити роль сучасних комунікаційних технологій у політиці.

Поняття «комунікаційне середовище», як і більшість феноменів, що відносяться до гуманітарної сфери, не має універсального або всеохоплюючого визначення. Достатньо детально аналіз праць, присвячених роз'ясненню цього терміна, представлено в роботі О. Швидкої. Зокрема, дослідниця зазначає, що активно розвивається термінологічна система, яка відображає феномен доби інформатизації – комунікаційне середовище, який деякі дослідники визначають як інформаційно-комунікаційне середовище [6]. З огляду на галузеву належність і методологію підходів дослідники акцентують увагу або на техніко-технологічній складовій комунікаційного середовища або на соціокультурному змісті феномену. Із широкого спектра дефініцій, якими сьогодні активно послуговуються в наукових колах, наведемо, на нашу думку, найбільш оптимальні для поточного дослідження визначення, які тією чи іншою мірою відображають і зазначені підходи.

Зокрема, Г. Москалик наголошує: «Інформаційно-комунікаційне середовище включає безліч інформаційних об'єктів і зав'язків між ними; засоби і технології збирання, накопичення, передавання (трансляції), оброблення, продукування та поширення інформації; власне знання; засоби відтворення аудіовізуальної інформації; організаційні та юридичні структури, що підтримують інформаційні процеси» [7].

Так само в межах нашого дослідження ми прагнемо розглядати комунікаційне середовище, у якому не лише здійснюється відтворення, розповсюдження і збереження інформації, але відбувається і взаємодія суб'єктів, що мають змогу координувати спільну діяльність як щодо отримання, відтворення та обміну інформації, так і з організації і здійснення заходів соціально-політичного характеру.

Зазначена позиція найповніше відображається у визначенні комунікаційного середовища, що розглядається В. Ільганаєвою як «сукупність умов матеріально – речових, субстанціонально – змістовних, техноло-

гічних, організаційних, у яких здійснюється комунікаційна взаємодія та комунікаційний процес» [8, с. 165]. Отже, спираючись на поставлену мету і визначені завдання дослідження, ми сконцентруємо увагу на комунікаційному середовищі як сукупності інформаційної, культурної і політичної взаємодії соціальних суб'єктів, що здійснюється за допомогою техніко-технологічних засобів та інструментів інформаційного суспільства у специфічних умовах епохи постправди.

Детальніше поняття «епоха постправди» та особливості її комунікаційного інструментарію розглянуто в нашій попередній роботі [5]. Зауважимо лише на окремих положеннях, що мають принципове значення для теми цього дослідження. Зокрема, у сучасному інформаційному суспільстві традиційна журналістика і масові медіа стикнулася з проблемою протиборства з конкурентом, який не знає взагалі або не переймається дотриманням правил і обмежень. Фейсбук-сторінка, телеграм-канал, твіттер, інстаграм, тікток, стрим, блог не лише вкоренилися в мову, але завдяки розповсюдженню смартфонів значною мірою відсунули традиційні канали отримання інформації на другий план [5, с. 24].

Отже, в інформаційному просторі щосекунди продукуються терабайти інформації, яка миттю стає доступною мільйонам користувачів, котрі так само мають змогу її коментувати, доповнювати й інтерпретувати на власний розсуд та здебільшого без будь-якого аналізу і верифікації.

З іншого боку, постійний доступ до величезних баз даних на кшталт «Вікіпедії» породжує ілюзію непотрібності докладати зусилля для засвоєння навіть елементарних знань, запам'ятовування формул, дат, а тим більше вивчення розлогих теорій тощо. Через звичку спиратися не на засвоєні знання, що становлять основу для формування світогляду, моральних принципів, критичного мислення, людина втрачає здатність до адекватної оцінки інформації, особливо в умовах її значного масштабування.

Ситуація ще більше посилюється тим, що соціальні мережі зокрема, та комп'ютерні технології загалом, завдяки специфіці подання інформації генерують новий – фрагментарний або піксельний тип сприйняття інформації, який у підсумку формує і своєрідний тип кліпового мислення.

На думку української дослідниці Г. Бахтіної, «абсурд стає “логікою” кліпового мислення. Складаючи картину світу з шматочків елементарного змісту, досягаючи максимуму спрощення при мінімалізації об'єму знака, кліпове мислення в режимі коротких, інтенсивних образів, фрагментарних та тимчасових модульних сполохів інформації (можливо, прагматично цілеспрямованих), створює новий образний ряд у химерній, скороченій,

незв'язній формі, який не піддається жодній класифікації. І це є ментальною моделлю сучасної реальності – часу коротких фраз і думок» [9].

Наочним підтвердженням розповсюдження такої моделі може слугувати виникнення і популярність соціальної мережі «Твіттер» – мережі мікроблогів, яка спочатку обмежувала повідомлення 140 знаками і лише з 2017 р. збільшила ліміт до 280. Нагадаємо, що свого часу ця мережа навіть відіграла важливу роль і у світовій політиці. Особливо активно серед відомих політиків цю мережу для спілкування зі світом використовував 45-й Президент США Д. Трамп. За часів його президентства виник навіть феномен твіттер-дипломатії, оскільки лідери інших держав також були змушені використовувати твіттер для оперативного реагування на його численні дописи в мережі щодо як двосторонніх відносин, так і глобальної політики. Саме через повідомлення в соцмережі Д. Трамп спілкувався також і зі своїми виборцями, демонструючи у такий спосіб факт формування нової форми вертикальної інформаційної взаємодії в суспільстві.

Отже, сучасний світ вже сповна відчув вплив нової ментальної моделі «коротких фраз і думок» [9]. Панування емоції над фактом, спрощення картини світу, масове використання програм зі збору і вивчення особистої інформації користувачів соціальних мереж, поширення інформації за методикою таргетінгу стали ключовими ознаками комунікаційного середовища епохи постправди. У політичному світі зазначені процеси яскраво проявилися під час президентських виборів 2016 р. у США і підготовки до референдуму за вихід Великої Британії з ЄС.

Популізм отримав нове дихання, оскільки «час коротких думок» – це саме час популістів, які пропонують прості рішення. У цьому контексті А. Бартломейчик підкреслює: «Популісти майже завжди спрощують. Щоб їхнє бачення світу було дійсним, вони повинні представити його у відносно простий, прийнятний спосіб і, більше того, у спосіб, який підніме маси» [1].

Феномен сучасного етапу зростання популізму полягає у тому, що він поширюється не лише в країнах, що мають численні соціально-економічні або політичні проблеми. Західноєвропейські країни і США, де стали демократичні традиції і відносно високий рівень життя, також стикнулися з проблемою зростання впливу популістських партій або лідерів, які будують свою політику на популізмі. Пояснення цього феномену полягає у використаному нами понятті «відносно». «У США бідна людина буде набагато багатшою, ніж у Польщі, але її бідність буде для неї таким же розчаруванням, як для поляка, тому що вона вимірюється своїм суспільством, своєю країною, своїми економічними та соціальними стандартами.

Отже, популізм має здатність досягати мети завоювання влади в будь-якому суспільстві», – наголошує А. Бартломейчик [1].

Водночас слід зауважити, що загроза ліберальній демократії як передумові «кінця історії», і яка зумовлена особливостями комунікаційного середовища епохи постправди, існує не лише як зростання популізму всередині, а і як формування нової, значно більш підступної і витонченої форми автократії – інформаційної автократії (англ. – Informational Autocracy), яка за допомогою засобів інформатизації маніпулює суспільною свідомістю. Сучасні лідери-автократи створюють ілюзію ефективного державного управління та фахового очільника держави і таким чином можуть взагалі не вдаватися до насильства з метою підтримки лояльності правлячому режимові, маючи гнучкіші і значно м'якші засоби впливу [2, с. 120].

Сучасні автократії для просування своїх інтересів використовують широкий спектр інструментарію конструювання реальності: політейнмент, методики політичного таргетингу, інтернет-тролі, фейкові акаунти, агітеймент тощо [5, с. 27–28]. Через засоби масової інформації і соціальні мережі з залученням лідерів думок продукуються величезні обсяги хибної інформації, спрямованої на дискредитацію політичних опонентів, нагнітання емоційного напруження й позбавлення доступу до верифікованих даних, що створює парадоксальну ситуацію, коли досягнута завдяки розвитку комунікаційних технологій свобода інформації перетворюється на обмеження свободи слова. Як зауважує С. Бульбенюк, «постправда, на наше переконання, є дієвим інструментом обмеження свободи слова у цифровому світі, яким найактивніше користуються сучасні автократії. Власне, варто накреслити логічну послідовність: якщо сучасні автократії є симулякром демократій, то постправда стає симулякром правди» [2, с. 120].

Масштаби використання медіа в сучасному політичному процесі зумовили виникнення поняття медіатизація політики, коли сучасні медіакомунікації перетворюються на ключовий інструмент як політичної дії, так і взаємодії, із відповідним перенесенням основного поля змагань політичних сил за прихильність виборців і відповідно за владу, у віртуальний простір. Як зазначають у своїй праці українські дослідниці О. Заславська, О. Посвістак та В. Налімова, «... повідомлення у мас-медіа і соціальних мережах стають заміниками конкретних політичних дій і рішень» [4, с. 67].

З огляду на проведений аналіз слід зауважити, що виявлена еволюція інструментів комунікації, перенесення змагального поля політичної

боротьби і формування кліпового мислення цілком природньо впливає і на еволюцію самого явища популізму, який змушений підлаштовуватися під змінену реальність комунікаційного середовища епохи постсправди. «За таких умов на зміну традиційному популізму приходиться новий популізм, основою якого є активне використання потужних цифрових технологій, через які транслюється зневага до держави та заперечення наявності по-справжньому серйозних проблем при підміні їх менш важливими, але більш хайповими» [4, с. 70].

Поряд із використанням сучасних комунікаційних технологій неопопулізм вирізняється акцентуванням уваги на закликах до ізоляціонізму, які знаходять своїх прихильників і в країнах сталої демократії. Свого часу прикладами перемоги ізоляціоністських тенденцій неопопулізму стали вже згадані нами вище референдум за вихід Великої Британії з ЄС і перемога Д. Трампа на президентських виборах у США. Ці події, до речі, зумовили і визнання терміну «post-truth» (постсправда) укладачами Оксфордського словника словом року, що знаменувало собою остаточне оформлення явища як повноправної ознаки епохи.

Особливо небезпечною ситуація із брекзит виглядає ще й через те, що вона відображає наявні тенденції, що виникли і продовжують посилюватися й сьогодні всередині ЄС. Цю нову хвилю нового популізму А. Бартломейчик пропонує назвати «популізмом ЄС». «У дедалі більшій кількості країн ЄС набирають сили групи, які стверджують, що адміністрація ЄС та її рішення завдають шкоди національним країнам. Якщо чийсь іммігранти сплять у твоєму саду, це провина ЄС, якщо чийсь фінансовий ринок руйнується, це провина ЄС. Якщо комусь певною мірою не подобається політика ЄС, він висвітлюватиме її можливі негативні наслідки та намагатиметься підняти хвилю невдоволення, висвітлюючи недосконалі недоліки машини ЄС, а їх чимало» [1]. Слід зазначити, що ступінь невдоволення політикою ЄС, який нагнітається лідерами-популістами, іноді штовхає протестувальників на дії, що межують з екстремізмом. Наприклад, як це було при спробах знищення українського зерна польськими фермерами або використання ними плакатів зі зверненням до керівника країни-агресора навести порядок у Брюсселі.

У свою чергу Д. Трамп у передвибірній боротьбі за крісло президента як у 2016 р., так і у 2024 р. активно використовує ідеї ізоляціонізму під гаслом «America first» (англ. – «Америка перш за все»). Зокрема, у 2018 р. Д. Трамп, на той час уже чинний Президент США, погрожував вийти з НАТО, якщо європейські країни не виконуватимуть узгоджену квоту витрат на оборону в розмірі 2% ВВП. Уже під час поточної кампанії його

прихильники в Республіканській партії знову запитують: «Чому Америка має нести тягар захисту Європи?» Відоме з часів передвиборної кампанії Р. Рейгана гасло «Зробимо Америку великою знову» Д. Трамп у 2012 р. зареєстрував як торгову марку «Make America Great Again» та активно використовував як один з елементів наочної агітації, стверджуючи, що американці мають зосередитися на захисті своїх національних інтересів і відмовитися від участі у розв'язанні міжнародних проблем та виконання союзницьких зобов'язань, навіть у межах НАТО.

Ізоляціоністські гасла неопопулістів загрожують існуванню ліберальної демократії як такої, оскільки підривають основи економічної і воєнно-політичної єдності демократичного світу. Особливо небезпечною ця ситуація виглядає на тлі розширення співробітництва між КНДР, РФ та Іраном, масштаби якого дедалі зростають і, на думку експертів, уже свідчать про формування нової «вісі зла». Додаткового напруження у світову політику додає також збереження загарбницьких планів щодо Тайваню з боку КНР. Ба більше, політичні спекуляції Д. Трампа та його прихильників у Конгресі США навколо імміграційної політики, що тривають від осені 2023 р., уже негативно позначилися на бойових діях російсько-української війни та поставили під загрозу отримання Україною фінансової і військової допомоги від США у поточному 2024 р.

Проблема протидії навалі неопопулізму полягає у тому, що в комунікаційному середовищі епохи постправди людина, перебуваючи в постійному потоці формування «альтернативної істини», підміни фактів, дезінформації та перенасичення нею, поступово втрачає здатність до опору маніпуляції, спроможність критично мислити та приймати рішення на основі аналізу причинно-наслідкових зв'язків. Насторожує саме антидемократичний характер популізму, адже на шляху до отримання «ефемерного» обіцяного популістами блага можна безповоротно втратити демократичні інституції, що означатиме неминучість повернення до авторитарних режимів навіть у країнах зі стабільними ліберально-демократичними інститутами [3, с. 22].

Виникає питання: що робити? Сучасні дослідники вважають, що негативний вплив постправди значною мірою поглиблюється наявною кризою ліберальної демократії як такої, і треба шукати шляхи її подолання. Українська дослідниця Т. Шоріна у своїй роботі висвітлює погляди зарубіжних експертів у сфері культури інформації і на основі проведеного аналізу дійшла певних висновків. Зокрема, вона наголошує, що журналіст видання «The Guardian» Д. Фрейзер вважає, що «постправа» виправдана демократичними правами громадян мати власний політичний голос і свободу думки. Для нього важить «політика простих людей». Висловлена



більшістю людей альтернативна думка (від думки істеблішменту) визнається ним раціональною та політично прийнятною. Навпаки, для британського філософа А. Грейлінга, «постправда» як альтернатива експертній думці та істеблішменту є формою інтелектуальної омани і ознакою невігластва більшості людей. Саме вона вносить безлад та ірраціоналізм у демократію. Тож з огляду на ці міркування, дослідниця підсумовує: так, Д. Фрейзер виступає за поглиблення демократизації суспільства та прийняття «постправди», а А. Грейлінг вважає за потрібне відновлювати «правду» демократії, але вона бачиться йому з обмеженням громадянської участі та суверенітету народу [10, с. 116].

Як бачимо, висновки експертів містять суперечливі положення як щодо сутності постправди, так і шляхів подолання породженої нею кризи сучасної демократії. З огляду на наведені нами вище ознаки неопопулізму і вже наявні негативні наслідки його поширення в політиці, можна підтримати думку А. Грейлінга щодо негативних наслідків інтелектуальної омани. Політики-популісти, послуговуючись засобами комунікаційного середовища епохи постправди, використовують невігластво більшості людей для створення хибної картини світу для досягнення політичних цілей і захоплення влади. Своє бачення захисту від популістів пропонує А. Бартломейчик: «На мою думку, єдиний чинник, який може ефективно захистити країну від популізму – це знання. Високий рівень економічних знань у суспільстві та нижчий рівень нерівності доходів, прийнятний для більшості, можуть фактично маргіналізувати популістські партії» [1].

Отже, зниження гостроти питання нерівності доходів разом з економічними знаннями здатні прищепити суспільству імунітет від популізму. Проте в умовах епохи постправди не менш важливу роль відіграватимуть підвищення рівня медіаграмотності населення, цілеспрямована політика протидії дезінформації, захист персональних даних, розвиток навичок критичного мислення, формування культури споживання інформації, розширення політичних знань тощо.

**Висновки.** У комунікаційному середовищі епохи постправди здійснюється відтворення, поширення й збереження інформації, а також відбувається і взаємодія суб'єктів, що мають змогу координувати спільну діяльність як з відтворення і обміну інформацією, так і з організації і здійснення заходів соціально-політичного характеру. Необмежений доступ до фактично безмежних баз даних підриває авторитет засвоєних знань, які становлять основу для формування світогляду, моральних принципів, критичного мислення, через що людина втрачає здатність до адекватної оцінки інформації, особливо в умовах її значного масштабування. З іншого

боку, соціальні мережі та комп'ютерні технології формують новий тип кліпового мислення. Наочним підтвердженням розповсюдження такої ментальної моделі може слугувати виникнення і популярність соціальної мережі «Твіттер» (з липня 2023 р. – X) – мережі мікроблогів. Комплекс змін комунікаційного середовища епохи постправди, що відбувається під впливом еволюції інструментів комунікації, медіатизації політики, формування кліпового мислення зумовлюють еволюцію явища популізму. Поряд із використанням сучасних комунікаційних технологій неопопулізм вирізняється акцентуванням уваги на закликах до ізоляціонізму, які знаходять своїх прихильників у країнах сталої демократії і підривають основи економічної і воєнно-політичної єдності демократичного світу. Перехід авторитарних лідерів від репресивних методів управління до активного застосування інструментарію конструювання реальності сприяв виникненню нової витонченої форми авторитаризму – інформаційної автократії. Зниження гостроти питання нерівності доходів сукупно з економічними знаннями здатні прищепити суспільству імунітет від популізму. Запобігання деструктивних впливів комунікаційного середовища епохи постправди сприятиме підвищенню рівня медіаграмотності населення, протидія дезінформації, захист персональних даних тощо. З огляду на визначені виклики, актуальним є дослідження теоретичних підвалин створення ефективних моделей конструктивної комунікації акторів соціально-політичного процесу.

### Список бібліографічних посилань

1. Bartłomiejczyk A. Ogólna Teoria Neopopulizmu. URL: [https://onepress.pl/eksiazki/ogolna-teoria-neopopulizmu-arkadiusz-bartlomiejczyk,e\\_1\\_ffx.htm#epubcfi\(/6/26\[part-09\\_xhtml\]!/4/2,/6/1:0,/8/1:498\)](https://onepress.pl/eksiazki/ogolna-teoria-neopopulizmu-arkadiusz-bartlomiejczyk,e_1_ffx.htm#epubcfi(/6/26[part-09_xhtml]!/4/2,/6/1:0,/8/1:498)) (дата звернення: 05.02.2024).
2. Бульбенюк С. Деякі зауваги до дискурсу щодо перспектив автократій сучасності. *Вісн. Львів. ун-ту. Серія філос.-політолог. студії*. 2022. Вип. 40. С. 118–124. <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.40.15>
3. Свідерська О., Була С. Популізм як стратегія політичної маніпуляції масовою людиною в епоху постправди. *Регіональні студії*. 2021. № 24. С. 18–23. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.2>
4. Заславська О., Посвістак О., Налімова В. Новий популізм як технологія політичного маркетингу політичних партій. *Актуальні проблеми політики*. 2022. Вип. 69. С. 65–73. <https://doi.org/10.32837/app.v0.i69.1304>
5. Закіров М. Комунікаційні інструменти конструювання реальності

епохи постправди. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 69. С. 20–29.

6. Швидка О. Історіографія дослідження еволюції комунікаційного середовища. *Освіта регіону*. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/306> (дата звернення: 05.02.2024).

7. Москалик Г. Поняття, природа і джерела формування інформаційно-комунікаційного середовища. *Гілея: наук. вісн.* 2013. № 77. С. 149–153. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2013\\_77\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_77_47) (дата звернення: 05.02.2024).

8. Ильганаева В. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник. Харьков, 2009. 392 с.

9. Бахтіна Г. Інформатизація суспільства та проблема кліпового мислення. URL: <https://kpi.ua/1102-7> (дата звернення: 05.02.2024).

10. Шоріна Т. Постправда як реальність девальвованої культури в епоху кризи сучасної демократії. *Вісн. НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2020. № 1 (31) С. 114–121.

## References

1. Bartłomiejczyk, A. (2019). Ogólna Teoria Neopopulizmu [General Theory of Neopopulism] [in Polish]. Retrieved from [https://onypress.pl/eksziazki/ogolna-teoria-neopopulizmu-arkadiusz-bartlomiejczyk,e\\_1\\_ffx.htm#pubcfi/\(6/26\[part-09\\_xhtml\]!/4/2,/6/1:0,/8/1:498\)](https://onypress.pl/eksziazki/ogolna-teoria-neopopulizmu-arkadiusz-bartlomiejczyk,e_1_ffx.htm#pubcfi/(6/26[part-09_xhtml]!/4/2,/6/1:0,/8/1:498)) (Last accessed: 05.02.2024).

2. Bulbeniuk, S. (2022). Deiaki zauvahy do dyskursu shchodo perspektyv avtokratii suchasnosti [Some comments on the discourse on prospects autocrates of the present]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia filos.-politolog. Studii – Visnyk of the Lviv University. Series Philos.-Political Studies, 40*, 118-124 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.40.15>

3. Sviderska, O., Bula, S. (2021). Populizm yak stratehiia politychnoi manipuliatsii masovoiu liudynoio v epokhu postpravdy [Populism as a strategy of political manipulation of the mass man in the post-truth era]. *Rehionalni studii – Regional Studies, 24*, 18-23 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.2>

4. Zaslavska, O., Posvistak, O., Nalimova, V. (2022). Novyi populizm yak tekhnolohiia politychnoho marketynhu politychnykh partii [New populism as a technology of political marketing of political parties]. *Aktualni problemy polityky – Current Problems of Politics, 69*, 65-73 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32837/app.v0.i69.1304>

5. Zakirov, M. (2023). Komunikatsiini instrumenty konstruiuvannia realnosti

epokhy postpravdy [Communication tools for constructing the reality of the post-truth era]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 69, 20-29 [in Ukrainian].

6. Shvydka, O. (2010). Istoriohrafia doslidzhennia evoliutsii komunikatsiinoho seredovyscha [Historiography of research on the evolution of the communication environment]. *Osvita rehionu – Education of the Region* [in Ukrainian]. Retrieved from <https://social-science.uu.edu.ua/article/306> (Last accessed: 05.02.2024).

7. Moskalyk, G. (2013). Poniattia, pryroda i dzherela formuvannia informatsiino-komunikatsiinoho seredovyscha [The concept, nature and sources of formation of the information and communication environment]. *Hileia: naukovyi visnyk – Gilea: Scientific Bulletin* [in Ukrainian]. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2013\\_77\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_77_47) (Last accessed: 05.02.2024).

8. Ilganaeva, V. (2009). Socialnye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, dejatel'nost'): slovar-spravochnik [Social communications (theory, methodology, activities): dictionary-reference book]. Harkov [in Russian].

9. Bakhtina, H. (2011). Informatyzatsiia suspilstva ta problema klipovoho myslennia [Informatization of society and the problem of clip thinking] [in Ukrainian]. Retrieved from <https://kpi.ua/1102-7> (Last accessed: 05.02.2024).

10. Shorina, T. (2020). Postpravda yak realnist devalvovanoi kultury v epokhu kryzy suchasnoi demokratsii [Post-truth as a reality of devalued culture in the era of crisis of modern democracy]. *Visnyk NAU. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia. – Bulletin of NAU. Series: Philosophy. Culturology*, 1(31), 114-121 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 28.02.2024.

### **Marat Zakirov,**

Dr. Sci. (Political Science), Associate Professor, Head of Department,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holosiivskiy Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: zakirovmarat65@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4897-4325>

Web of Science Researcher ID: AAF-6246-2020

Scopus Author ID: 58147454600

### **Communication Environment of the Post-Truth Era as a Prerequisite for Neopopulism**

The analysis of the communication environment of the post-truth era in the context of the formation of prerequisites for the growth of the effectiveness of populism is carried out. The peculiarities of new forms of horizontal and vertical social interaction,

formed under the influence of the latest communication technologies and tools, are highlighted. The impact of the specificity of information presentation on the formation of a new type of thinking is emphasized. The characteristic features and threats of neo-populism and the role of modern communication technologies in the formation of information autocracies are determined. In the communication environment of the post-truth era, there is a coordination of the joint activities of subjects regarding the reproduction and exchange of information and the organization and implementation of activities of a socio-political nature. Undermining the authority of learned knowledge leads to the loss of the ability to think critically in conditions of significant scaling of information. Social networks and computer technology are creating a new type of clip-on thinking. The complex of changes in the communication environment of the post-truth era, which occurs under the influence of the evolution of communication tools, the mediatization of politics, and the formation of clip thinking, lead to the emergence of the phenomenon of neo-populism. Neo-populism actively uses modern communication technologies and emphasizes calls for isolationism. The transition of authoritarian leaders from repressive management methods to the active use of tools for constructing reality contributes to the emergence of a new sophisticated form of authoritarianism – informational autocracy. Reducing the acuteness of the issue of income inequality in combination with economic knowledge can instill in society immunity from populism. The prevention of the destructive effects of the communication environment of the post-truth era will be facilitated by increasing the level of media literacy of the population, countering disinformation, protecting personal data, etc.

*Keywords:* communication environment, post-truth, neo-populism, clip thinking, information technologies.