

# ФИЛОСОФИЯ

Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского  
Философия. Политология. Культурология. Том 4 (70). 2018. № 4. С. 3–12.

УДК 1.122

## FAKENNEWS И «ТРЕТЬЯ ЛИНИЯ»

*Братина О. А.<sup>1</sup>, Братина Б. Р.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Удмуртский государственный университет, философская школа «PROXIMA: социальная онтология в конструктивно-герменевтическом аспекте», г. Ижевск, Российская Федерация

E-mail: *shtaynshtayn@gmail.com*

<sup>2</sup>Университет в Приштине (Косовска Митровица), г. Белград, Сербия.

E-mail: *bokibor@yahoo.com*

Авторы статьи исследуют условно неточное использование, подмену и разрыв причинно-следственных связей при вынесении умозаключения на примере актуального для современной действительности феномена Fakenews. Fakenews как медиум интервенирует свое бытие, действуя в рамках строго формальной логики. Всякое мышление прямо или косвенно имеет отношение к созерцанию, но большинство аудитории так и остается на уровне анастезированного восприятия Fakenews как данности и завершенной картины бытия. Fakenews конструируют образ, регулярно транслируемый посредством медиа. Постоянное повторение новостных лент независимо от того, истинные предпосылки или ложные, закрепляет в индивидуальном и общественном сознании оценочные суждения о политике, экономике, истории, культуре и спорте. В случае принятия новостей существует негласная конвенция между адресантом и адресатом, позволяющая принимать желаемое за действительное. Так реципиент делает вывод из неточной предпосылки, будучи убежденным, что предпосылка верна. В этом разница адресанта и адресата. Адресант (автор новостей) знает, что предпосылка неточная, а адресат (тот, кто получает новости, воспринимающий), этого не знает. Реципиент обладает информацией, но не знанием, делая ошибочные выводы, что и является желаемым результатом авторов новостей. Создать иллюзию знания, но не знание, убеждение, которое является заблуждением.

**Ключевые слова:** материальная импликация, Fakenews, общественное сознание, идеология.

Гоголь переоделся Пушкиным,  
пришел к Пушкину и позвонил.  
Пушкин открыл ему и кричит:  
«Смотри, Арина Родионовна, я пришел!»  
Даниил Хармс. Литературные анекдоты

Целью исследования является экспликация логической структуры, коммуникативной специфики и медийных функций Fakenews.

В классической логике условное утверждение имеет форму  $p \Rightarrow q$ . Оно ложно, если  $p$  «истинно», а  $q$  – «ложно», и истинно во всех остальных случаях, при этом обычно не принимается во внимание связь суждений между собой. Составленное из них условное утверждение может быть истинным и носит название «материальной импликации». Условно неточное использование, подмена или даже разрыв причинно-следственных связей при вынесении умозаключения мы хотели бы исследовать через призму актуального на данный момент феномена Fakenews.

У Канта в «Критике чистого разума» (глава «Трансцендентальная эстетика») познание начинается с созерцания: «Созерцание – есть именно тот способ, каким познание непосредственно относится к ним и к которому как средству стремится всякое мышление» [1, С. 12]. Созерцание имеет место, «только там дается предмет» [1, С. 12], а это возможно, если предмет (новость, объект) «воздействует на нашу душу» [1, С. 12].

В познавательной картине мира современного человека созерцание занимают большой объем. Новости оседают в памяти в виде ярких псевдореалистичных картинок. Посредством чувственности предметы даются, «мыслятся же рассудком» [1, С. 13], из которого возникают понятия. Но до рассудочного познания большинство аудитории не доходит. Проверить информацию, оперировать понятиями по ряду причин необходимо далеко не всем. Время, мотивация и ресурс являются в процессе восприятия движущими причинами. Всякое мышление прямо или косвенно имеет отношение к созерцанию. Многие так и остаются на первом уровне познания, принимая Fakenews как готовую, завершенную картину бытия.

Мы начали свою статью с Литературного анекдота Даниила Хармса: «Гоголь переоделся Пушкиным, пришел к Пушкину и позвонил. Пушкин открыл ему и кричит: «Смотри, Арина Родионовна, я пришел!»» [2].

Этот «литературный анекдот» прекрасно иллюстрирует суть Fakenews. Есть вымышленное событие или вымышленный персонаж («Пушкин», то есть переодетый Гоголь), который не только внедряется в действительность («пришел к Пушкину и позвонил»), но и создает действие («Смотри, Арина Родионовна, я пришел!»). Fakenews случается во встрече вымышленного (перодетого) Пушкина и реципиента (Арины Родионовны). Во Fakenews важна реакция Арины Родионовны: ирония, разоблачение, подыгрывание ситуации, принятие ситуации, вера. Все оттенки отношения к «вымышленному», неточному, ложному, фиктивному, симуляционному событию или персонажу и создают ситуацию актуальной действительности.

Материальная импликация не выполняет свою функцию обоснования, но функцию дискурсивного воздействия в средствах массовой информации Fakenews выполняет отлично. В современном мире Fakenews стали частью официальной политики и, если решиться сказать смелее, не только проникли в новости, но и стали каждой новостью.

Принятие Fakenews проходит несколько стадий:

- 1) созерцание (восприятие «картинки» демонстрации с транспорантами, надписи которых не видны, так как транслируются в эфире короткое время);

2) восприятие – фактор воздействия времени и эмоций (сопровождающая музыка, фон);

3) контекст – существующая индуктивная база будет использоваться СМИ в будущем: обращение к теме, повтор, продолжение темы и «приручение» к ней зрителя;

4) формирование новых понятий на основе вымышленных причинно-следственных связей (новые определения и имена событий и лидеров).

Так, сфабрикованные снимки обычный зритель не различит, но человек заинтересованный (к примеру, Роджер Ватерс) найдет материал в источниках, сопоставит и сделает свой вывод.

В 1963 году Эдмунд Геттиер в работе «Является ли знанием истинное и обоснованное мнение?» [3] утверждал, что реципиент может обладать истинным убеждением, имея в запасе твердые основания, но не может обладать знанием в полном смысле слова. Геттиер рассматривал 2 контрпримена (с Джонсом и Смитом по поводу новой должности и 10-центовой монеты и пример с автомобилем «Фордом» и Барселоной). В тех примерах показана вероятность ошибки при наличии обоснования, что мнение может быть ошибочным с учетом определенного фактора случайности. Не всякое высказывание является знанием. S знает, что P, если P истинно; S убежден в том, что P истинно, S имеет все основания быть убежденным в том, что P истинно.

Умозаключение верно по формальным законам логики, но не является достаточными для того, чтобы считать высказывание «S знает P» истинным. Реципиент оправданно убежден в истинности P и таким образом субъект оказывается в положении полного убеждения в ложном высказывании.

Примеры Геттиера показывают, что некоторые определения не содержат достаточных условий для того, чтобы высказывание могло считаться знанием. Пример: На Садовой-Спасской улице некто S обращает внимание на старинный дом XIX в. и формулирует соответствующее суждение: «Дом 12 по Садовой-Спасской является старинным» [4]. Данное высказывание не является знанием. Предположим, что все остальные старинные здания на Садовой-Спасской улице давно снесены и заменены «новоделами» со стилизованными под старину фасадами. Утверждение основано на том, что здание выглядит старинным, но таковым не является.

Fakenews конструируют образ, регулярно транслируемый посредством медиа. Аудитория часто воспринимает новости в качестве готового умозаключения, не имея времени самостоятельно установить истинные причинно-следственные связи того или иного события. Пример: р – «Русские шпионы используют яд», q – «Новичок – слово русского происхождения», следовательно, «Русские шпионы используют яд «Новичок». Это ложное утверждение сфабриковало политическую действительность с легитимными санкциями против России. Постоянное повторение новостных лент независимо от того, истинные предпосылки или ложные, закрепляет в индивидуальном и общественном сознании оценочные суждения о политике, экономике, истории, культуре и спорте.

Разницу между мотивированным суждением истинного восприятия и пустым суждением ложного восприятия определяют движущие причины: время, мотивация

и ресурс. Так, сбор индуктивной базы темы «русской опасности» начался еще со времен рассказа медиа о династии Романовых, после о революции 1917 года, после о сталинизме и в общем, о самих русских как врагах цивилизации. Всякое мышление прямо или косвенно имеет отношение к созерцанию, но большинство аудитории так и остается на уровне наивно чувственного восприятия, принимая Fakenews как данность и завершенную картину бытия. Как всякая картина, она имеет лицевую и изнаночную стороны. Для Fakenews важна лицевая, фасад, который делает «новодел» похожим на старинный особняк и позволяет реципиенту быть уверенным, убежденным, что это и есть старинное здание XIX века, но не обладать знанием.

Fakenews существовали всегда, но работали по-другому. Ранее они основывались на свидетельствах (например, исторический рассказ об индейцах или примитивных племенах). С развитием медиа потребность в свидетельствах отпала, так как стало возможным фабриковать новости, создавать их, вымышлять. Так, манипуляции общественным сознанием дали в свое время действенный исторический повод для бомбардировки Югославии в 1999 году или бомбардировки Ирака в 2003 году (примеры многочисленны). Последние полвека дают нам резон делать общее заключение, что реципиент не в силах проверить достоверность новостей из-за недоступности ресурсов.

Лицевая сторона любого явления выполняет функцию внешнего нормирования со стороны традиции, культуры и социальных институтов. Лицевая сторона выставляет напоказ предметы, явления, разрешая видеть их. «Благодаря фасаду вещь, хранящая свою тайну, предстает замкнутой в своей монументальной сущности и мифологичности, где она сверкает великолепием, но не раскрывает себя» [5, С. 199]. Процесс предъявления знаков на лицевой стороне взору другого связан с процессом мифологизации: можно предъявить несуществующее или предъявить выборочно, стремясь к контролю и манипулированию впечатлениями реципиента. В лекции «Злой демон образов» Ж. Бодрийяр [6, С. 64] утверждает, что образ обладает собственной имманентной логикой, имморальной логикой без глубины, по ту сторону добра и зла, по ту сторону истины и лжи. Не мир, а картина мира, не личность, а образ личности, не лицевая и изнаночная, а шов, которым пишется биография. «Юнгеровская линия имплицитно связана с линией фронта, экзистенциальный предел связан с осознанием абсурда, а современная демаркационная линия выбирает в себя и лицевую, и изнаночную стороны, оставляя на поверхности швы, следы, раны, шрамы, суть которых в них самих. Размываются коннотации между “да” и “нет”, и мы оказываемся по ту сторону лицевой и изнаночной» [7, С. 255].

М. Маклюэн выделял «теплые» и «холодные» медиа. Исторически победили «холодные», когда адресат имеет возможность быстрого включения в процесс, молниеносно оставляя комментарии, «лайки», ответные «видеогиффы». Новые образы цензуры в виде социальных сетей, коммуникации в фэйсбуке, например, не только не останавливают процесс мифо- и новостного творчества, но, наоборот, расширяют его.

Лицевая сторона похожа на фасад здания, публично предъявленная поверхность. Лидеры политических партий во время съемок избавляются от очков и сигарет, стараясь приблизить свой облик к идеальному. Еще полвека назад Ролан Барт писал, что в предвыборной компании кандидаты предъявляют не только политическую программу, но и картину мира [8, С. 62].

Внутренняя сторона, сокровенная и глубинная, противопоставляется внешней, поверхностной и наружной. Изнаночная сторона утверждается через отрицание лицевой: «Обращать изнанку в лицо – значит перелицовывать, выворачивать» [9, С. 82]. Изнанка – тыл, ничка, нелицевая, внутренняя, оборотная или нижняя сторона чего-либо. Она скрыта, обычно отрицательно воспринимается. Из народной мудрости: «На лицевой стороне монеты орел, на оборотной (ничке) надпись» [9, С. 83]. Вот эта надпись и несет содержание, которое предъявляется лицом. Изнаночная сторона скрывается и прячется.

Ноам Хомски в книге «Что на самом деле хочет Америка» («Шта то устварихоће Америка») сказал: «С целью служения власти медиа вынуждены показывать мир как можно реалистичнее» [10, С. 72]. Хочется добавить, и как можно логичнее. Поэтому профессионалы в области медиа используют так называемую «третью линию» материальной импликации при создании фальшивых новостей. Они выглядят будто логично, последовательно, причинно-следственные связи сохранены и соблюdenы. Обычный потребитель новостей бегло услышав информацию, соглашается с ней, ведь на поверхности восприятия все логично. «Свежий» для осени 2018 года пример: р – забастовка против режима правления Даниэля Ортеги. Если забастовки имеются, то q – «Даниэль Ортега – диктатор». Когда со временем узнали, что вырезанные «кадры» съемок демонстраций в защиту, а не против правления Д. Ортеги, это ничего не изменило. В течение нескольких часов в эфире циркулировало утверждение q – «Даниэль Ортега – диктатор» и утверждение закрепилось в общественном сознании. Так работают Fakenews. Внешне логика событий соблюденна. Если есть забастовки, то правитель-диктатор. Однако Fakenews остались на уровне созерцания (упомянутое выше короткое восприятие «картинки» демонстрации с плакатами, надписи на которых не видны). Используется уже существующая семантико-индуктивная база на все темы, в том числе на тему «режим правления».

В случае принятия новостей существует негласная конвенция, позволяющая принимать желаемое за действительное («новодел» за старинный особняк XIX века вследствие того, что выглядит как старинный, из-за фасада). Так реципиент делает вывод из неточной предпосылки, будучи убежденным, что предпосылка верна.

В этом разница адресанта и адресата. Адресант (автор новостей) знает, что предпосылка неточная, а адресат (тот, кто получает новости, воспринимающий), этого не знает. Реципиент таким образом обладает информацией, но не знанием. Он делает ошибочный вывод, что и есть желаемый результат работы автора новостей. Создать иллюзию знания, убеждение.

Существует информационный и семантический контекст любой темы. Про Каддафи, Садама Хусейна, Слободана Милошевича, Даниэла Ортегу, Эво Моралеса, Уго Чавеса, Ким Чен Ына говорят не раз на день, закрепляя

определенные формулировки. Это борьба и агрессивный интерес за доминацию, в которую включены медийные и властные структуры. В СМИ создается контекст наподобие притчи о русских медведях на улицах сибирских городов или племенах ганнибалов в этническо-антропологическом обзоре.

Fakenews в медиапространстве задает новые исторические акценты. Передачи, комментарии, эмоциональные интонации дикторов и ведущих, визуальный ряд определяют канву любого социального явления: отношение и значимость. Это своего рода метакод свершившегося и несвершившегося исторического события. Р. Барт анализировал явление «всеобщей» мифологизации массовой культуры как сообщение, которое оставалось инстанцией нормы: «ничего не запрещая прямо, они (медиа) эффективно делают это косвенно через рекламу “подлинного” и “настоящего”» [8, С. 70].

Сейчас Fakenews уже ничего не делают косвенно, все напрямую. Они прямо врут, создают и распространяют вымыщенную или ложную информацию, имея при этом буквально легитимное разрешение. Люди создают «спектакль» отравления химическим оружием в Сирии, поливая водой взрослых людей и плачущих детей, поскольку эмоциональный накал создает ажиотаж, скандал. Распространяют ролик по телевизионным каналам, участвуют в последующих пресс-конференциях, объявляя, что все живы и здоровы, но сенсация уже состоялась, как состоялся политический резонанс.

При очередной медийной контрреволюции происходит смена идеологических парадигм и терминологии, которая становится речью обычных людей. Например, в современном медиапространстве ключевым словом является слово «безопасность». Оборона, протесты, политические решения принимаются в целях национальной безопасности любой страны. Пять лет назад таким выражением было «права человека»: оборона, протесты и политические решения принимались ради соблюдения прав граждан. Исторический пример: в России 19 августа 1991 года состоялось историческое событие, значение которого историками до конца не определено. Это был военный переворот с временным отстранением М. С. Горбачева от власти. Несколько дней страной управлял так называемый «ГКЧП» – государственный комитет по чрезвычайному положению. Одно из неудачных имен временного правительства, не вызвавшее серьезного отношения со стороны народа. ГКЧП свергли через 3 дня. Кто знает, как сложилась бы судьба страны, если бы этот «орган» именовали не ГКЧП, а «революционный комитет».

Fakenews как метод идеологического давления систематически вносят дезинформацию, становясь реальным очагом действий. Они проявляются в разных формах: сатира, пародия, создание фиктивного события, несвязанность заголовков и содержания, вольная интерпретация, обращение к цитатам секретных источников. Медиа работают как в визуальном, так и вербальном режиме психологического воздействия на аудиторию. Так, во времена югославских событий 1990-х годов в прессе циркулировала терминология: «этнические хорваты и локальные сербы», «этнические албанцы и локальные сербы», «этнические мусульмане и локальные сербы» с целью довести до уха среднестатистического воспринимающего

заблуждение, что сербы никогда не имели постоянной исторической территории, – так называемая инквизиция современного мира.

Даниэль Ортега – «никарагуанский государственный и политический деятель, один из лидеров Сандинистской революции 1979 года, свергнувший режим Анастасио Сомосы, президент Никарагуа с 1985-1990 и с 10 января 2007», в интервью «Euronews» сказал: «Я читаю в ваших заголовках: “100 дней... 300 убитых”. У нас немало правозащитных групп, которые финансируются США. Их задача – выдавать фэйк» [11].

Разграничительная линия между «видеть» и «полагать, что видишь» это разница между мотивированным суждением истинного восприятия и пустым суждением пустого восприятия. Обычный человек выносит суждения на основе целостного материала. Пустое восприятие как пустые пиксели в современной медиасистеме превалирует. Журналисты часто преподносят информацию по принципу: «Из лжи следует все», в то время как из лжи ничего не следует, а многие люди, потребители информации, живут по принципу: лучше быть плохо информированным, чем не информированным вообще.

Информационная сеть захватывает публику посредством активных коротких сюжетов, репортажей, подробно рассматривать которые реципиент не имеет времени или необходимого ресурса.

По аналогии с книгой Борхеса «Всеобщая история бесчестия» [12] Fakenews можно назвать новой историей бесчестия, поскольку границы морали размыты в самом начале принятия этой идеологической войны. «Эта лестница псевдонимов (утомляющих, как маски на лицах, когда толком не знаешь, кто есть кто) не приводит к его подлинному имени, если мы и осмелимся представить, будто нечто подобное вообще существует» [12, С. 72].

Мы не утверждаем, что Fakenews – новое явление. Дословный перевод Fakenews как «ложные новости» позволяет смотреть на них как на метод воздействия. В современной действительности Fakenews не нуждаются в свидетелях и очевидцах, они подтверждают смерть субъективности и ренессанс картины мира.

С уверенностью можем сказать, что современные СМИ приближаются к идеалу монадической системы функционирования Лейбница. Каждый из нас уверен, что может поддерживать связь друг с другом, но только и исключительно через «верховную монаду». Она передает содержание от пользователя к пользователю и ничего кроме, что передает «верховная монада», не входит в расчёты, потому как монады действительно закрыты и «не имеют окон». Другими словами, у них нет независимой, свободной коммуникации. Она находится под строгим контролем центральной монады и является единственной возможной [13, С. 46].

Такая модель режимной работы современных медиа не поддерживает свободную коммуникацию их пользователей. Целенаправленный и тщательно контролируемый процесс обмена информацией мы могли бы назвать имперской моделью коммуникации. Большой Брат заменил «умершего» 120 лет назад Бога не только в философии. На его месте появился «святой» Google, представляющий всевидящую и всезнающую центральную монаду.

Аудитория информационных каналов готова смириться с ошибками и ложью, в ней уже взращена пассивность и рассеянность (вспомним ранееупомянутого Н. Чомского). А герои и авторы Fakenews ради скандала готовы на многие поступки. История бесчестия продолжается и имеет своего родоначальника Герострата, чье имя стало нарицательным и все так и вошло в историю фактом сожжения Храма Артемиды в 356 г. до н. э. К сожалению, имя Динокрита, который восстановил Храм, не известно Истории так, как имя Герострат. Герой Fakenews это Герострат, а не Динокрит.

Ноам Хомски сравнивал СМИ с производством на рынке услуг: «Средства массовой информации – такое же производство на рынке услуг. Они продают аудиторию, а обеспеченные СМИ продают “достаточно обеспеченную и привилегированную аудиторию”. Создается искривленная картина мира. Чтобы удержаться в системе конкуренции, медиа необходима тесная связь с властями» [10, С. 102]. Это было утверждение 70-х годов XX века. Тогда для скандального или амбициозного известия была нужна предоставляемая властями «секретная» (тайная, ни у кого не имеющаяся) информация. Современная действительность обходится без секретных источников информации.

Медиа – часть большой доктринальной системы, куда входят журналы, школы, университеты, академические институции. Доктринальная система производит пропаганду. Привлечение внимания больших масс, развитие в них качество послушности, пассивности, а также пробуждение действенного страха от реального или вымышленного неприятеля, утверждение новых социальных ценностей. Всю эту работу Хомски сформулировал в одном лозунге работы СМИ: «Растерянное стадо должно оставаться растерянным» [10, С. 103].

В 2016 году Оксфордский словарь (the Oxford Dictionaries) назвал словом года слово «posttruth». «Постправда – обстоятельства, при которых объективные факты имеют меньшее влияние на общественное мнение, чем апелляции к эмоциям и личным убеждениям» [14]. Политика в режиме posttruth это подмена фактов так называемыми «фейками».

Сочетание слов «posttruth», «postnational», «postracial» характерно для эпохи «пост», – «постмодернизма». «Posttruth», «постистина», по-видимому, впервые использовалась в этом значении в эссе о конфликте в Персидском заливе 1992 года сербско-американского драматурга Стива Тешича в журнале «The Nation»: «мы, как свободные люди, свободно решили, что хотим жить в мире пост-правды». В 2004 году появилась книга «Эпоха после истины» Ральфа Кейса.

Вспоминаются слова Ж. Бодрийяра: «Кто владеет картиной, владеет желанием, кто владеет желанием, владеет миром» [15]. В бессознательное реципиента попадает информация, которая оседает в памяти: «Помню, что-то говорили об Уго Чавесе»... Уже более 60 лет реципиент не имеет гарантии, что «Вести» показывают то, что действительно произошло, случилось.

Итак, Fakenews используют подмену, разрыв причинно-следственных связей и условно неточное вынесение умозаключения. Всякое мышление прямо или косвенно имеет отношение к созерцанию, но большинство аудитории так и остается на уровне анестезированного восприятия, принимая Fakenews как данность и

завершенную картину бытия. На деле, Fakenews как медиум интервенирует свое бытие, действуя в рамках строго формальной логики.

### **Список литературы**

1. Кант И. Критика чистого разума / Пер. с нем. Н. Лосского сверен и отредактирован Ц. Г. Арзаканяном и М. И. Иткиным; Примеч. Ц. Г. Арзаканяна. – М.: Мысль, 1994. – 591 с.
2. Хармс Д. Литературные анекдоты / Д. Хармс. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2000. – 352 с.
3. Gettier Ed. Is Justified True Belief Knowledge? Empirical Knowledge: Readings in Contemporary Epistemology. – London: Rowman & Littlefield Publishers Inc., 1986. – pp. 231–233.
4. Антоновский А. Ю. Семантический контекстуализм и проблема нестандартного определения знания // Эпистемология и философия науки. – 2010. – Т. XXVI. – № 4. – URL: [http://intelros.ru/pdf/eps/2010\\_04/12.pdf](http://intelros.ru/pdf/eps/2010_04/12.pdf) (Дата обращения 20.09.2018).
5. Левинас Э. Избранное: тотальность и бесконечность / Э. Левинас; сост. С. Я. Левит; пер.: И. С. Вдовина, Б. В. Дубин, Н. Б. Маньковская. – М.: Универс. книга, 2000. – 415 с.
6. Бодрияр Ж. Злой демон образов // Искусство кино. – 1992. – № 10. – С.64–70.
7. Штайн О. А. По ту сторону лицевой и изнаночной // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. – 2011. – Т. 12. – Вып. 3. – С. 254–259.
8. Барт Р. Camera Lucida. Перевод, комментарии и послесловие М. Рыклина. – М.: Ad Marginem, 1997. – 94 с.
9. Даиль В. Толковый словарь. В 4-х томах. – М.: Прогресс, 1979. – Т.4. – 574 с.
10. Чомски Н. Шта то устварихоће Америка. – Београд: Чигоја. Штампа, 1999. – 121 с.
11. США финансируют насилие в Никарагуа: заявил президент Ортега. URL: <https://ria.ru/20180731/1525637014.html> (Дата обращения 02.10.2018).
12. Борхес Х. Л. Всеобщая история бесчестья [сборник: перевод с испанского] / Хорхе Луис Борхес. – Москва: ACT, 2014. – 222 с.
13. Братина Б. Проблема Другого у позној модерни. – Београд: Завод за уџбенике, 2017. – 222 с.
14. Постправда стала словом года по версии Оксфордского словаря. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-37995176> (Дата обращения 25.09.2018).
15. Бодријар Ж. Симболичка размена и смрт. – Крагујевас: NikolaNikolić, 1991. – 277 с.

**Bratina B. R. Bratina O. A. Fakenews and “Third Line”** // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Political science. Culturology. – 2018. – Vol. 4 (70). – № 4. – P. 3–12.

It is investigated in the article the conditionally inaccurate use, substitution and discontinuity of cause-effect relations in making a conclusion on the example of the actual phenomenon of Fakenews. Fakenews as a medium intervenes its existence, acting within the framework of strictly formal logic. Any thinking directly or indirectly has to do with contemplation, but most of the audience remains at the level of intuitive and naively sensual perception, taking Fakenews as a reality and a completed picture of being. Fakenews construct an image that is regularly broadcast through the media. Constant repetition of news tapes, whether true or false, reinforces in the individual and public consciousness value judgments about politics, economics, history, culture and sport. In case of accepting news there is an unspoken convention allowing you to take what you want for the reality. So the recipient draws a conclusion from an inaccurate premise, being convinced that the premise is correct. This is the difference between the addressee and the addressant. The addressant (the news writer) knows that the premise is inaccurate, and the addressee (the one who receives news, perceiving) does not know this. The recipient thus has information, but not knowledge. He makes an erroneous conclusion, which is the desired result of the work of the news author. It is the aim to create the illusion of knowledge, but not knowledge, belief, which is delusional.

**Keywords:** material implication, Fakenews, general consciousness, ideology.

### References

1. Kant I. Kritika chistogo razuma [Criticism of Pure Reason]. Moscow, Misl Publ., 1994, 591 p.
2. Harms D. Lliterurnie anekdoti [Literary Jokes]. SPb., Olma-Press Publ., 2000, 352 p.
3. Gettier Ed. Is Justified True Belief Knowledge? Empirical Knowledge: Readings in Contemporary Epistemology. London Row-man & Littlefield Publishers Inc., 1986, pp. 231–233.
4. Antonovskij A. J. Semanticeskij kontekstualizm i problema nestandardnogo opredelenija znanija. [Semantic Contextualism and the Problem of Non-standard Definition of Knowledge]. Epistemologija i filosofija nauki [Epistemology & Philosophy of Science], 2010, no. 4. URL:[http://intelros.ru/pdf/eps/2010\\_04/12.pdf](http://intelros.ru/pdf/eps/2010_04/12.pdf) (Accessed 20 September 2018).
5. Levinas E. Izbrannoe: totalnost i beskonechnost [Favorites: Totality and Infinity]. Comp. S. Ya. Levit; transl. I. S. Vdovina, B. V. Dubin, N. B. Mankovskaya. Moscow, University Book Publ., 2000, 415 p.
6. Bodrijar Z. Zloj demon obrazov [Evil Demon of Images]. Iskusstvo kino [Cinema Art], 1992, no.10. pp. 64-70.
7. Stein O. A. Po tu storonu licevoj i iznanochnoj [On the Other Side of the Front and Purl]. Vestnik Russkoj hristianskoj gumanitarnoj akademii [Review of the Russian Christian Academy for the Humanities], 2011, Vol. 12, Iss. 3, pp. 254-259.
8. Bart R. Camera Lucida. Perevod, kommentarii I posloslovie M. Riklina. [Camera Lucida. Transl., comments and epilogue M. Ryklin]. Moscow, Ad Marginem, 1997, 94 p.
9. Dal V. Tolkoviy slovar [Dictionary]. Moscow, Progress Publ., 1979, 574 p.
10. Chomsky N. Shta to ustvari hoche Amerika [What it Really is America Wants]. Belgrad, Chigoja Shtampa, 1999, 121 p.
11. USA finansirujut nasilie v Nikaragua zajavil prezent Ortega [US Finances Violence in Nicaragua: President Ortega Said]. URL:<https://ria.ru/20180731/1525637014.html> (Accessed 02 October 2018).
12. Borhes H. L. Vseobschaya istoriya beschestiya [The General History of Dishonor]. Moscow, AST Publ., 2014, 222 p.
13. Bratina B. Problema Drugog u poznoi Moderni [The Problem of the Other in the Late Modern]. Beograd, Zavod za udgbenike, 2017, 222 p.
14. Postpravda stala slovom goda po versii Oxfordskogo slovarya [Post-truth has Become the Word of the Year According to the Oxford Dictionary]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-37995176> (Accessed 02 October 2018).
15. Bodrijar J. Simbolichka razmena i smrt [Symbolic Exchange and Death]. Kragujevac, Nikola Nikolich, 1991, 277 p.