

A post-truth korszak és a hagyományos újságírás alkonya

DOI : 10.46522/S.2023.02.8

KUTI Csongor, LL.M, S.J.D.

University of Arts, Târgu-Mureş

kcsongi@yahoo.com

Abstract: The Post-Truth Era and the Demise of Traditional Journalism

In 2016, the Brexit referendum brought about a new phenomenon, which has been referred ever since as “post-truth politics”. (Conrad et al. 2023) The phenomenon developed into an era, arguably representing the strongest challenge for Enlightenment’s ideals since the Holocaust. Authors have observed that the idea of truth had lost from its significance in media discourse. Whereas truth as a criteria for validating knowledge represents one of the foundations of Enlightenment (Capilla 2020). This article explores the rationale and the possibilities for traditional media after losing its authority as a truth-seeking institution, missing a coherent, consensual and applicable definition of truth (Godler 2019). Traditional media cannot be interpreted anymore as a guardian of truth, but rather as a mediator. In this context, a survival-scenario for traditional media could be to find and present the most reliable and acceptable version of competing narratives (Michailidou and Trenz 2021).

Key words: *media, social media, truth, post-truth, postfactual.*

„Csak arról énekelek, amit igaznak hiszek,
s csak akkor szól neked, ha te is úgy
hiszed.”

(Horváth Attila: Ajándék)

2016-ban, a Brexit-népszavazás évében, amikor a brit polgárok többsége Nagy Britannia EU-ból való kilépése mellett tette le voksát, az Oxford Szótárak az év szavának választotta a *post-truth* kifejezést, úgy határozva meg, mint melléknév, amely azokhoz a körülményekhez kapcsolódik, amelyek között az objektív tények kevésbé befolyásolják a közvélemény alakulását, mint az érzelmekre és a személyes meggyőződésekre való hivatkozás. A „post-” előtag ebben az esetben nem időbeni, adott eseményre vonatkozó referenciát jelent (mint pl. háború utáni), hanem egy időszakot, amelyben az igazság fogalma jelentéktelenné vagy lényegtelenné vált.



Szimbolikus jelentőséggel bírnak e tekintetben Kirill pátriárkának, az Orosz Ortodox Egyház vezetőjének, 2023. évi húsvéti beszédében elhangzott gondolatai, amelyek szerint „globális léptékben alakul ki egy új pogányság, amely emberi művek imádatán alapul – a haladás, a tudomány, a technológia imádatán. Nem az egyik, a másik és a harmadik dolog tiszteletéről beszélek, hanem az istenítésükről (...) Mi legyen az Orosz Ortodox Egyház válasza és Oroszország válasza? Az, amit már most is adunk: nem értünk egyet az emberi civilizációnak ezzel az irányával!” (EURONEWS 2023).

Az elmúlt években több szerző is megfigyelte, hogy – főként a politika és a társadalmi kommunikáció tekintetében – az igazság eszméje nagy mértékben veszített jelentőségéből a médiadiskurzusban. Holott az igazság mint a tudás (tudományos megismerés) igazolásának kritériuma a felvilágosodás racionalitásának egyi alappillére (Capilla 2021).

Ez a folyamat pedig azért egyszerre figyelemreméltó és aggasztó, mivel a klasszikus médiaelmélet szerint a nyilvános szféra a racionális párbeszéd és vita közös tere, ami lehetővé teszi a demokratikus intézmények és szokások létezését, ugyanakkor az a tér is, amelyben az emberek saját életük értelmét keresik és közösségeket – nemzeti, vallási stb. – konstruálnak (Newman 2022, hivatkozva Conrad és tsai 2023). A demokrácia mint társadalomszervezési modell a polgári forradalmakat megelőző abszolutizmussal, illetve egyéb önkényuralmi rendszerekkel szemben a diszkurzív racionalitáson alapuló hatalomgyakorlás ideálját képviseli. Az eltérő egyéni vagy csoportérdekek között keletkező konfliktusokat deliberatív módon feloldani igyekvő demokrácia olyan eljárásokra épül, amelyek elősegítik az információ értékének és igazságtartalmának oly módon történő megállapítását, hogy azt egy többség konszenzuálisan el tudja fogadni (Michailidou 2022).

Az igazság eljelentéktelenedése a *post-truth* mellett egy újabb „post-” fogalom megszületését is eredményezte, a *postfactual*, a tényeken túlit. Egy *postfactual* világban az igazság elveszíti „szimbolikus autoritását” (Newman 2019), vitathatóvá válik nem önmagában az igazság fogalma, hanem inkább annak tényszerűsége (MacMullen 2020). Így egy tényeken túli világban nincs különösebb jelentősége vagy következménye, ha például egy politikusról kiderül, hogy nem mondott igazat.

Az igazság fogalmának eljelentéktelenedésére született magyarázatok közül kiemelném egyrészt a fogyasztói kapitalizmust, amelynek jelenlegi formájában – amelyet egyes szerzők *figyelemgazdaságnak* is neveznek (Simon 1971) – már nem az a kihívás a médiaipar számára, hogy miként juttassa el (tegye hozzáférhetővé) az információt a lehető legnagyobb közönség számára (nevezük ezt a kontextust kommunikációs túlkeresletnek), hanem hogy miként szerezze meg (kösse le) a közönség figyelmét (nevezük ezt a kontextust kommunikációs túlkínálatnak), a megoldást pedig az egyre jobban személyre szabott kommunikációban látja (Harsin 2018). Ezt azonban, úgy tűnik, az érzelmi töltetű tartalmak arányának növelésével látja a leghatékonyabban megvalósíthatónak (Beckett és Deuze 2016). Fentiek következtében az egyéni döntések is növekvő mértékben támaszkodnak érzelmekre és



személyes meggyőződésekre – és csökkenő mértékben racionális elemzésekre (Maddalena és Gili 2021).

Másrészt, és az előbbiektől nem teljesen függetlenül, az igazság fogalmának eljelentéktelenedéséhez jelentősen hozzájárult a hagyományos tömegmédiá mellett megjelenő, annak tartalomszerkesztési, szűrési, szakmai és etikai etalonjait nélkülöző, ám népszerűségben és lefedettségben azt leköröző közösségi média. A közösségi média mint kommunikációs felület ideális eszközzé vált a politika számára, hiszen „közvetlen” kapcsolat kialakítását teszi lehetővé a közszereplő (helyesebben annak professzionális kommunikációs szakemberekből álló stábjja) és a „hétköznapi emberek” között, bármiféle független, objektív mediálás és szerkesztés nélkül – lásd a populista-autoriter rendszerek averzióját a független értelmiséggel és médiával szemben – a politikai üzenetek tehát kollokvialis nyelven, érzelmesen és nem értelmesen, a populista diskurzus stílusának megfelelően kerülnek nyilvánosságra (Manucci 2017). Jó példa erre a korábban említett Brexit-kampány által sikeresen sulykolt, de az Orbán-rendszer által is előszeretettel használt kettős fenyegetettség forgatókönyve, amely szerint felülről a brüsszeli bürokraták, alulról a migránsok törnek a nemzet szabadságára, önazonosságára (sőt létére). Természetesen nemcsak a többé-kevésbé demokratikus hatalomszerzésben érdekelt politikai szereplők, hanem a közvélekedést, társadalmi szokásokat, gazdasági folyamatokat stb. befolyásolni kívánó, nyílt vagy rejtett célkitűzéseket követő, más aktorok számára is hasznos eszköznek bizonyul az új média.

Az érzelmekre és meggyőződésekre fókuszáló kommunikáció csökkenti az állítások külső (empirikus) megerősítésének jelentőségét, és felértékeli a *hit* szerepét, ami, a közönség fragmentációja miatt, elősegíti a „hívó” közösségek kialakulását – amelyekre a tömegmédiá nemcsak piacként (reklámfogyasztóként), hanem célközönségként (tartalomfogyasztóként) is tekint. A piaci (fogyasztói) igényeknek való megfelelő kézenfekvő alternatíva a szerkesztői autonómiára (Tandoc és Vos 2016). Ezt a megközelítést bizonyítja a Fox News kontra Dominion ügy, amelynek során peren kívüli egyezséggel, több mint 780 millió dollárnyi kártérítés kifizetésével sikerült elkerülnie az amerikai médiaóriásnak, hogy vezetői és műsorkészítői bíróság előtt kelljen beismerniük, hogy tudatosan terjesztettek a 2020-as amerikai elnökválasztás elcsalásáról szóló hamis állításokat. Az ügy során nyilvánosságra került iratokból kiderült, hogy a Fox News műsorkészítői a fogyasztóik (piaci részesedésük) megfogyatkozásától tartva, szándékosan közöltek olyan állításokat, amelyek, noha tényszerűen hamisak voltak, a „hívó” közösségük által preferált összeesküvés-elméletek narratíváit erősítették meg (Népszava; Telex).

A média (különösen a hírmédia) igazmondásában – a valóságról megfogalmazott állításaiban – vetett hit megingása az *őszinteség* jelentőségének felértékelődéséhez vezetett a hírek populáris értelmezésében (Capilla 2021). Bernard Williams szerint a tudás az őszinteség (az alany hisz abban, amit állít) és pontosság (az alany állítása a valósággal való találkozás ellenőrizhető következménye) értékein alapul. Az



összintességnek tehát egy szociális dimenziója is van, ami azt tételezi, hogy az alany a meggyőzés szándékával kommunikál (Williams 2002).

A pontosság szerepe Williams elmélete szerint az állítások indoklásául szolgáló legmegbízhatóbb módszer kiválasztásában jelenik meg – a szubjektív, belső meggyőződést valamilyen objektív, külső elemmel erősíti meg (igazolt meggyőződés) (Williams 2002). Tehát valamilyen összefüggésnek kell léteznie állítás és valóság között: ez a zurnalisztikai *objektivitás* alapvetése, amelyet a tények (valóság) és vélemények (értékek, szubjektum) szigorú elkülönítése jellemez (Maras 2013).

A hagyományos médiaelmélet által felállított igazságkeresés-modell mellett azonban más figyelemreméltó elméletek is születtek, ezek közül kiemelném Luhmann gondolatát média és valóság viszonyáról, illetve Foucault „igazságpolitikáját”. Luhmann szerint a valóság kommunikációs folyamatok eredménye, ilyen értelemben tehát társadalmi valóságról beszélhetünk (konstruktivista episztemológia). Ebből a szempontból a külső (objektív, fizikai) valóság csupán másodlagos fontossággal bír, mivel csak nyersanyagként szolgál a társadalmi valóság megépítésében (Luhmann 2000). Ilyetén a média nem tükrözi, hanem konstruálja a valóságot (Poerksen 2011).

Foucault a valóság konstruálása helyett az igazság konstruálását vizsgálja. Elmélete szerint minden társadalomnak megvan a saját igazságrendszere, általános „igazságpolitikája”, azaz a preferált diskurzusai, mechanizmusai, amely alapján az igaz és a hamis állításokat megkülönbözteti, a következményei, amelyeket ezekhez az állításokhoz rendel, módszerei az igazság kiderítésére, illetve az igazság kimondásával megbízottak specifikus társadalmi státusa. Ebben a rendszerben a hatalom határozza meg az egyén számára a valóság értelmezését (az igazságot), az egyén pedig a saját szubjektivitását ezen „igazságpolitika” szerint konstruálja meg, fogadja el belső meggyőződése és tudása alapjaként (Foucault 1977).

A fentiekből kiindulva, szükségesnek tűnik a hagyományos újságírás létjogosultságának és lehetőségeinek felülvizsgálata, hiszen az igazság egy koherens, konszenzuális és alkalmazható olvasatának hiányában (Godler 2019) korábbi, az igazság fellelésében kulcsszerepet játszó autoritása nagy mértékben megkérdőjeleződött.

Az újságírók nincsenek közelebb a tényekhez és nem elkötelezettebbek az igazság iránt, mint más szakmák képviselői. Éppen ezért folyamatos vita és mérlegelés tárgyát képezi (főként) polgárjogi vagy (olykor) büntetőjogi felelősségük megállapításának kérdése az általuk nyilvánosságra hozott hamis információkkal kapcsolatban. E tekintetben mérföldkőnek számít az Egyesült Államok Legfelsőbb Bíróságának 1964. évi döntése a New York Times kontra Sullivan ügyben¹, amelynek keretében a Brennan főbíra által megfogalmazott többségi vélemény kijelenti, hogy a köztisztviséget viselő egyének csak akkor jogosultak kártérítést követelni a média által közzétett, jó hírnevüket sértő hamis állítások okán, amennyiben bizonyítást nyer, hogy a közlő

¹ *New York Times Co. v. Sullivan*, 376 U.S. 254 (1964)



rosszhiszemű volt (szándékosság), vagy a közlés igazságtartalmának megvizsgálása során súlyos gondatlanságról tett tanúbizonyságot („reckless disregard”). Mindez azt implikálja, hogy az újságírók egy olyan szakmai közegben tevékenykednek, amelynek szabályai és hagyományai alkalmasak az információk értékének olyan megbízható módon való megállapítására, amelyet a többség elfogadhatónak és meggyőzőnek tekint, ezért tehát felelősségre vonásuk csak akkor indokolt, amennyiben bizonyíthatóan, rossz szándékkal vagy súlyos gondatlanságból megszegik ezen szabályokat és hagyományokat.

Az újságírók, bár egy olyan területen dolgoznak, ahol az információ értéke alapvetően vitatott, nem az igazság szabványának védelmezői a hamissággal vagy a helytelenséggel szemben. A szakmai előírások tehát nem az abszolút igazság feltárását és annak a hamissággal szembeni diadalát biztosítják, hanem az igazság keresésének *legmegbízhatóbb és legelfogadhatóbb* módját igyekeznek meghatározni (Michailidou és Trenz 2021). Éppen ezért fontos, hogy a jóhiszemű tévedéshez való jogukat a társadalom biztosítsa.

A médiahír egy valóságon alapuló *történet* (Schudson 2005). A narratív formából eredően, a hírek igazsága nemcsak a szemantikai tartalomból fakad, hanem a szimbolikus elemekből és a történetmesélés specifikus szabályaiból is. A történet az igazságot keresi, nem önmagában a valóságot igyekszik ábrázolni (Lule 2001). Másként szólva: a rendelkezésre álló valóság-elemekből igyekszik konstruálni egy olyan narratívát, amelyet elfogadhatónak és meggyőzőnek tekint. Ez természetesen magában hordozza annak a lehetőségét (veszélyét), hogy a valóságelemek (tények) az értelmezés (történet) által kerüljenek meghatározásra ahelyett, hogy ők határoznák meg a történet értelmét (D’Ancona 2017).

Az információ igazságértéke tehát nem egy olyan inherens jellemző, ami meghatározza annak felhasználását a közvitákban, hanem az újságírói módszerek és a közösségi viták bizonytalan *eredménye*. Az újságírás a fentiek alapján jellemezhető igazságközvetítésként is – a versengő narratívák közül igyekeztén elősegíteni a legmegbízhatóbb és legelfogadhatóbb megtalálását – amelynek egyik legfontosabb katalizátora, egyúttal korlátja a bizalom (Michailidou és Trenz 2021).

A premodern korban az uralkodó és az egyház birtokolta és közvetítette az (isteni) igazságot a laikusoknak. Ez az igazság megkérdőjelezhetetlen volt, a kritikus nézetek hangoztatói kiközösítésre (kiátkozásra) vagy súlyos fizikai retorziókra számíthattak (bebörtönzés, inkvizíció, kínzás, kivégzés). A felvilágosodásnak köszönhető az értelem nevében önmagát felszabadító, saját sorsának kovácsaként meghatározott egyén gondolata. Az egyetlen, egyházi és udvari igazsággal szemben megjelenő, számolatlan egyéni igazság szükségessé tette valamiféle társadalmi kommunikációs rendszer kialakulását, hogy az egyének egyezsége juthassanak egy közös (konvencionális) igazság tekintetében. Ez az infrastruktúra a modern közélet lett, amely olyan szabadságjogok mentén alakult ki, mint a vallás-, gyülekezés-, gondolat- és szólásszabadság, és megágyazott az indokolt érvelés kultúrájának. Ebben a



közegben, amely fokozatosan tette lehetővé egyre szélesebb tömegek számára a közügyekben való részvételt, egy megfelelő (tömeg)kommunikációs eszközre is szükség volt mint közvetítőre és biztonsági szelepre, amely elősegíti az igazságról való közös gondolkodást, ugyanakkor megakadályozza, hogy egyetlen intézmény vagy személy ráerőszakolja saját igazságát a társadalom egészére. Ezt a szerepet voltak hivatottak betölteni a napilapok és az azokat működtető szerkesztőségek (Michailidou és Trenz 2021).

Fentiek okán az újságírók igazsághoz való viszonya ambivalens. Ők maguk a hírek ontológiai igazságát hirdetik (1. tények és vélemények szigorú elkülönítése), és ragaszkodnak saját kivételes, igazságfeltáró státuszukhoz, miközben tényfeltársaik nem tudományos kutatások, és nem rendelkeznek azokkal az episztemológiai eszközökkel, amelyekkel alátámaszthatnák a munkájuk során feltárt igazságokat (Broersma 2013). Az újságírók tehát különböző narratívák összevetéséből alakítják ki saját álláspontjukat, amely korántsem abszolút, hanem sokkal inkább vitatható és felülvizsgálható (újabb információk felbukkanása, vagy a meglévők megbízhatóságának megkérdőjelezhetősége esetében) (Hendricks és Vestergaard 2018; Michailidou és Trenz 2021).

Ugyanakkor a közéletet kritikák és véleménykülönbségek jellemzik, amelyek megkérdőjelezzik az információk értékét és a vélemények tájékozottságának mértékét. Az igazság tehát nem azonos az információval, amit az újságírónak mindössze fel kell lelnie és felerősítve közzé kell tennie, hogy a közönség számára is hozzáférhetővé váljon, hanem sokkal inkább a tényfeltárás, információ-keresés és megvitatás bizonytalan kimenetelű eredménye, és ebből a szempontból az újságíró szerepe inkább egyfajta *brókerként* jellemezhető (Michailidou és Trenz 2021). A hírmédia megbízhatósága ekképpen inkább a szelektálási kapacitásához köthető, azaz ahhoz a kompetenciához, hogy megbízható és helyénvaló forrásokból szerezzen információkat, amelyeket azután hiteles és objektív módon képes értékelni (Kohring és Matthes 2007).

Mindebből az is következik, hogy a hírmédia megbízhatósága egyik előfeltétele annak, hogy kialakulhasson egyfajta közmegegyezés az információ értékéről és annak szerepéről a problémák feltárásában (Fink 2018), ugyanakkor a jól működő hírmédia és közélet előfeltételei a demokrácia működőképességébe vetett bizalomnak is (McNair 2018; Michailidou és Trenz 2021). Az információ önmagában nem megbízható. Az információ értékét meghatározó eljárások, az azt felhasználó intézmények és (köz)szereplők legitimálják az információt, határozzák meg annak megbízhatóságát. Ily módon az álhírek terjesztői nemcsak aláássák a bizalmat, hanem egyszerre új bizalmat is generálnak az ún. „alternatív tények” által (Michailidou és Trenz 2021).

A hagyományos média tehát már kevésbé értelmezhető az igazság öreként, sokkal inkább egyfajta igazság-közvetítőként egy olyan társadalmi környezetben, amelyben az igazság a tényfeltárás, az információ-keresés és mindezek megvitatásának instabil következménye. Ebben a kontextusban a hagyományos média túlélési esélye egy olyan szerep vállalása lehet, amelyben nem „az” igazságot hirdeti ki, hanem a versengő



narratívák közül igyekeznek azonosítani a legmegbízhatóbb és legelfogadhatóbb változatot (Michailidou és Trenz 2021).

Hiba lenne azonban a bizalmatlanságot egyszerűen a bizalom hiányának vagy egy időszakos üzemzavarnak (diszfunkciónak) tekinteni, amit ki lehet javítani a megfelelő bizalomgerjesztő intézkedések által. A médiával szembeni bizalmatlanság szorosan kapcsolódik a választott kormányzattal szembeni bizalmatlansághoz, egyfajta politikai elleállásként működve. Ily módon bármiféle „bizalomgerjesztő intézkedés” inkább hatalmi politikának tűnik, ami egy politikai-kulturális ideológiai apparátus hegemoniájának megőrzésére irányul. (Fuchs 2019) Ezzel együtt az álhírek terjesztői, miközben a demokratikus berendezkedésbe vetett bizalom aláásására törekednek, ugyanazt a közéleti infrastruktúrát használják, hogy elérjék közönségüket, ugyanúgy szükségük van a hírekkel szembeni kritikus álláspontra, és elvárják közönségüktől, hogy megkérdőjelezzék az igazságot. Abban az alapvető értelemben az álhírek is kritikusak, hogy a hatalom megkérdőjelezésére és az ellenőrzés megszerzésére irányulnak (Michailidou és Trenz 2021).

Következtetésképp a közélet demokratikus ellenállóképessége szempontjából kritikus jelentőséget nyernek az információ értékének meghatározására irányuló módszerek, ú.m.: a) az érveken alapuló, nyitott és bizonytalan kimenetelű vita (bizalom az igazságkeresés módszereiben és intézményeiben), azaz *igazság érvelés által* és b) az információt közlő források személyiségjegyei és stílusa (vakhit a véleményvezérekben és elképzelt közösségekben), azaz *igazság kinyilatkoztatás által*. Ez utóbbi a deliberatív közélettel szemben egy (premodern) reprezentatív közéletet eredményez, amely társadalmi szinten a különböző (az információk értékét eltérő módon értelmező) hitközösségek közötti polarizációhoz vezet. Egy ilyen közélet médiája funkcionálisan egy részigazságokat kinyilatkoztató szócső – ezt a modellt a digitális átmenet előtti partizánsajtó és gyakorta napjaink nemzeti médiaszervezetei képviselik (Brüggemann, M. és tsai 2014).

A megoldási lehetőségek közül kevésbé tűnik üdvösnek, bár kétségkívül látszólag egyszerűbb az újságírás autoritásának különböző intézkedések általi „visszaállítása” (a szakma gyakorlásának hatósági engedélyhez kötése, normatív tartalomszabályozás, kötelező szakmai tagság, közösségi média állami ellenőrzése stb.). A nehezebb, több vitával és bizonytalan kimenetellel kecsegtető, mégis a felvilágosodás eszméjéhez és a közösségi racionális igazságkeresés modelljéhez talán közelebb álló lehetőség a hírmédia politikai és gazdasági befolyásolási kísérletekkel szembeni felvértezése, egy kiegyensúlyozott viszonyrendszer kialakítása által a szabályalkotók, szakértők, véleményvezérek, befektetők és újságírók között, olyan módon, amely megóvhatja a közéletet a túlzott piacositástól és politikai manipulációtól (Couldry 2016), ami egyfajta visszatérést jelenthetne a nem mindig (annyira) jövedelmező vagy a hatalomnak kedvező, megbízhatóbb igazságkeresési módszerekhez.



KÖNYVÉSZET

- BECKETT, C., és DEUZE, M., 2016. On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media + Society*, 2(3), 1–6.
- BROERSMA, M., 2013. A refractured paradigm: Journalism, hoaxes and the challenge of trust, In: PETERS, C. and BROERSMA, M. (szerk.): *Rethinking Journalism. Trust and Participation in a Transformed News Landscape*, London: Routledge, 28–44.
- BRÜGEMAN, M., ENGESSER, S., BÜCHEL, F., HUMPRECHT, E., CASTRO, L., 2014. Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065.
- CAPILLA, P., 2021. Post-Truth as a Mutation of Epistemology in Journalism. *Media and Communication*, Vol. 9 (1), 313–322.
- CONRAD, M., HÁLFDANARSON, G., MICHAILIDOU A., GALPIN, C. és PYRHÖNEN, N. (szerk.), 2023. *Europe in the Age of Post-Truth Politics. Populism, Disinformation and the Public Sphere* [online]. Palgrave Studies in European Political Sociology, [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8> (2023.10.30.)
- COULDRY, N., 2016. The price of connection: ‘Surveillance capitalism’ [online]. *The Conversation*, 23 September 2016. [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <http://theconversation.com/the-price-of-connection-surveillance-capitalism-64124>
- D’ANCONA, M., 2017. *Post truth: The new war on truth and how to fight back*. London: Ebury Press.
- EURONEWS, 2023. *Kirill pátriárka szerint történelmi orosz földön zajlik a háború* [online]. [Letöltés időpontja: 2023.10.31] Elérhető: <https://hu.euronews.com/2023/04/16/kirill-patriarka-szerint-tortenelmi-orosz-foldon-zajlik-a-haboru>
- FINK, K., 2018. The biggest challenge facing journalism: A lack of trust. *Journalism*, 20(1), 40–43.
- FOUCAULT, M., 1977. The political function of the intellectual, *Radical Philosophy*, (17), 12–14.
- FUCHS, C., 2019. *Nationalism on the Internet: Critical Theory and Ideology in the Age of Social Media and Fake News*. London: Routledge.
- GODLER, Y., 2019. Post-Post-Truth: An Adaptationist Theory of Journalistic Verism [online]. *Communication Theory*, Vol. 30 (2) May 2020, 169–187. [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1093/ct/qtz031>
- HARSIN, J., 2018. Post-truth and critical communication [online]. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>
- HENDRICKS V. F. és VESTERGAARD, M., 2018. *Reality Lost: Markets of Attention, Misinformation and Manipulation*. Cham: Springer International Publishing.



- KOHRING, M. és MATTHES, J., 2007. Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale. *Communication Research*, 34(2), 231–252.
- LUHMANN, N., 2000. *The reality of mass media*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- LULE, J., 2001. *Daily news, eternal stories: The mythological role of journalism*. New York, NY: The Guilford Press.
- MacMULLEN, I., 2020. Survey article: What is ‘post-factual’ politics? [online] *Journal of Political Philosophy*, 28(1), 97–116. [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1111/jopp.12212>
- MADDALENA, G., és GILI G., 2020. *The history and theory of post-truth*. London: Palgrave Macmillan, 1–9.
- MANUCCI, L., 2017. Populism and the media. In: KALTWASSER, C.R. és tsai (szerk.): *The Oxford handbook of populism*. Oxford University Press, 467–488.
- MARAS, S., 2013. *Objectivity in journalism*. Cambridge: Polity Press.
- McNAIR, B., 2018. Journalism as public sphere. In: VOS, T.P. (szerk.): *Journalism*. Amsterdam: Walter de Gruyter, 149–168.
- MICHAILIDOU, A., EIKE, E. és TRENZ, H.-J., 2022. Journalism, truth and the restoration of trust in democracy: Tracing the EU ‘fake news’ strategy. In: CONRAD, M. és tsai (szerk.): *Europe in the age of post-truth politics* [online]. Palgrave Studies in European Political Sociology. [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8>
- MICHAILIDOU, A. és TRENZ, H.-J., 2021. Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: from truth keepers to truth mediators. *Media, Culture & Society*, Vol. 43 (7), 1340–1349.
- NEWMAN, S., 2019. *Post-truth and the crisis of the political*. *Soft Power*, 6(2), 91–108.
- NEWMAN, S., 2022. Post-truth, post-modernism and the public sphere. In: CONRAD, M. és tsai (szerk.): *Europe in the age of post-truth politics* [online]. Palgrave Studies in European Political Sociology [Letöltés időpontja: 2023.10.30] Elérhető: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-13694-8>
- NÉPSZAVA, 2023. Az utolsó pillanatban peren kívüli egyezségre jutott a Fox News, több mint 787 millió dollárt fizet a választási csalásról szóló hazugságok miatt [online]. [Letöltés időpontja: 2023.10.31] Elérhető: https://nepszava.hu/3191502_fox-news-dominion-per-egyezsag-usa-2020-elnokvalasztas-csalas-hazugsagok
- POERKSEN, B., 2011. *The creation of reality: A constructivist epistemology of journalism and journalism education*. Charlottesville, VA: Imprint Academic Philosophy Documentation Center.
- SCHUDSON, M., 2005. News as stories. In: ROTHENBUHLER, E. és COMAN, M. (szerk.): *Media anthropology*. Thousand Oaks, CA: Sage, 121–128.



- SIMON, Herbert A., 1971. [Designing Organizations for an Information-rich World](#). In: GREENBERGER, M. (szerk.): *Computers, communications, and the public interest*. Baltimore, MD, The Johns Hopkins University Press, 37–52.
- TANDOC, E., és VOS, T. P., 2016. The journalist is marketing the news. *Journalism Practice*, 10 (8), 950–966.
- TELEX, 2023. *Pontosan tudták, hogy óriási kamu, mégis lelkesen nyomatták a csalásteóriát* [online]. [Letöltés időpontja: 2023.10.31] Elérhető: <https://telex.hu/tech/2023/02/25/dominion-szavazogep-gyarto-fox-news-tucker-carlson-alhir-terjesztes-rossz-hirnev-keltese-per-donald-trump>
- WILLIAMS, B., 2002. *Truth and truthfulness*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 75–129.