

РОЗДІЛ 3 ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ТА ІДЕОЛОГІЯ

УДК 32:004

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2020.22.10>

ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

THE INFLUENCE OF COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE FORMATION OF PUBLIC OPINION IN MODERN SOCIETY

Кваша О.П.,*кандидат політичних наук,
доцент кафедри філософії та суспільно-політичних наук
Донбаської державної машинобудівної академії***Болотіна Є.В.,***кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії та суспільно-політичних наук
Донбаської державної машинобудівної академії***Котов Я.А.,***студент III курсу факультету автоматизації машинобудування
та інформаційних технологій
Донбаської державної машинобудівної академії*

У статті досліджено політичний ландшафт інформаційного суспільства. Особливу увагу приділено впливу сучасних засобів масової інформації на формування громадської думки, політичних вподобань та настроїв у сучасному суспільстві. Обговорення політики інформаційних технологій у даній статті виводиться від надмірно спрощених уявлень про демократичні і тоталітарні технології, щоб зосередитися на безлічі більш правдоподібних, але конкуруючих поглядів взаємозв'язків між інформаційними технологіями та політичними змінами. Був проведений аналіз впливу засобів масової інформації на політичну поінформованість сучасного суспільства та обговорена складність систем нових медіа щодо різноманітності інформації, що вони подають. Велика увага звертається на стрімкий розвиток інформаційних технологій у традиційних ЗМІ – у пресі, радіо, телебаченні: в доступі до них, способах доставки та в змісті. Доказано, що соціальні мережі роблять фальшиві новини більш актуальною проблемою, ніж будь-коли раніше, так за десять років соціальні мережі перетворилися з новинок в потужні джерела інформації. Досліджений економічний стимул, що лежить в основі нових медіа-компаній та показані можливості репортерів із цих нових медіа у сфері їхньої актуальності та правдивості. У статті автор аналізує сприяння соціальних мереж та ЗМІ на примітивізацію політичного дискурсу. Відбувся порівняльний аналіз щодо реального завдання соціальних мереж на початку його заснування та завдання під час його теперішнього існування. Розглянуто, як стиралися тонкі межі між новинами думками і пропагандою та як при цьому були задіяні провідні друковані та мовні ЗМІ. Як показало дослідження у сфері соціальних мереж, всілякі групи так названого «тиску» все більше прагнуть сформувати думку сучасного суспільства на свою користь, при цьому максимізуючи «онлайн-шум». Виявлена неоднозначна позиція сучасних ЗМІ, як рупора політиків, що робить журналістів причетними до поширення недостовірної інформації і неправдивих фактів. Сформульовані висновки щодо отримання позитивних моментів у розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, недоліків у злитті нових медіа та суспільства постправди.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформаційні технології, структура влади, політичні структури, засоби масової інформації, комунікаційні технології, фейкові новини.

The article examines the political landscape of the information society. Particular attention is paid to the influence of modern media on the formation of public opinion, political preferences and attitudes in modern society. The discussion of information technology policy in this article is derived from overly simplistic, notions of democratic and totalitarian technologies to focus on the many more plausible but competing views of the relationship between information technology and political change. An analysis of the impact of the media on the political awareness of modern society was conducted and the complexity of new media systems in terms of the diversity of information they provide was discussed. Much attention is paid to the rapid development of information technology in traditional media – in the press, radio, television: in access to them, methods of delivery and content. It has been proven that social networks make fake news a more pressing issue than ever before, so in ten years social networks have turned from novelties into powerful sources of information. The economic stimulus that underlies new media companies is studied and the possibilities of reporters from these new media in the field of their relevance and truthfulness are shown. The article showed the assistance of social networks

and the media to the primitivization of political discourse. There was a comparative analysis of the real task of social networks at the beginning of its establishment and the task during its current existence. It examines how the fine lines between news, thought and propaganda have been blurred, and how the leading print and language media have been involved. As research in the field of social networks has shown, all sorts of groups, the so-called "pressure", are increasingly seeking to shape the opinion of modern society in their favor, while maximizing "online noise". The ambiguous position of modern mass media as a mouthpiece of politicians has been revealed, which makes journalists involved in spreading unreliable information and false facts. Conclusions are formulated on obtaining positive moments in the development of information and communication technologies, shortcomings in the merger of new media and post-truth society.

Key words: information society, information technologies, power structure, political structures, mass media, communication technologies, fake news.

Постановка проблеми. Останнім часом у світі актуалізувалась проблема впливу інформаційних технологій на життя людей та їхнє політичне ставлення, тому виникає питання, як вплинули нові комунікаційні та інформаційні технології на тих, хто контролює зміст та потік інформації. Відповідь на це питання засноване на технічній раціональності, яка стверджує, що певні особливості інформаційних технологій, які будуть з'являтися, визначатимуть їхні політичні наслідки. Емпіричні дослідження використання комунікаційних та інформаційних технологій на чотирьох політичних аренах показують, що політичні наслідки обчислень і телекомунікацій різноманітні й часто суперечать один одному. Однак у більшості випадків інформаційні технології розроблялися, приймалися і використовувалися таким чином, щоб зміцнювати, а не кидати виклик чинним структурам влади. Проте, оскільки існують межі здатності будь-якої окремої групи управляти технологічними змінами, нові технології можуть кинути виклик владі в будь-якій політичній системі. Разом зі змінами в інформаційно-технологічному плані, серед нових медіа динамічна та продовжує розвиватися новими, іноді несподіваними способами, які мають серйозні наслідки для демократичного управління та політики. Нові ЗМІ радикально змінили спосіб роботи державних інститутів, спосіб спілкування політичних лідерів, проведення виборів та участь громадян. Вони можуть передавати інформацію безпосередньо окремим особам без втручання редакційних або інституційних контролерів, які є невід'ємною частиною застарілих форм. Таким чином, нові медіа внесли підвищений рівень нестабільності та непередбачуваності в процес політичної комунікації. Досить згадати вибори 1999 і 2000 років в Росії, коли за допомогою з ЗМІ (в першу чергу – телебачення) вдалося нав'язати країні тільки що створену партію як панівну і нікому до того не відому людину в президенти. Сьогодні стало очевидно, що ЗМІ залишаються найпотужнішим засобом впливу на населення. Стало зрозумілим, що інформація є основним та найпотужнішим «політичним ресурсом», який символізує статус, покращує авторитет і формує стосунки [1], тому у цій статті автор буде розглядати найбільш інформаційно-обмінні середовища між політично-залежним

суспільством та політичними верхівками, такі як ЗМІ, соціальні мережі.

Мета статті – розкрити особливості впливу інформаційних технологій на політичне бачення суспільства в сучасних політичних умовах.

Виклад основного матеріалу. Досягнення в області комунікацій та інформаційних технологій завжди породжують утопічні та антиутопічні образи майбутнього демократичних інститутів. Ті ж самі технології були зображені як потенційно здатні інформувати суспільство або маніпулювати їм, розширювати можливості або поневолювати громадянськість, а також децентралізувати або централізувати політичний контроль. Крім утопічного характеру, ці дискусії часто зосереджуються на їх значенні для опитувань громадської думки, політичних кампаній та виборів. У цьому контексті дебати зазвичай зосереджені на тому, чи бажані та здійсненні футуристичні схеми електронного голосування та голосування вдома. Але утопічні і антиутопічні образи теледемократії мають тенденцію бути настільки дивовижними, що занадто легко ігнорувати цілком реалістичні політичні наслідки нових медіа.

Якщо казати про нові ЗМІ або нові медіа – термін, який у кінці ХХ століття стали застосовувати для інтерактивних електронних видань і нових форм комунікацій виробників контенту (від англ. слова content – зміст, інформація) зі споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа, таких як газети, тобто цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій і комунікацій. Дивлячись на процент людей, що слідкує за новинами через друковані ЗМІ, то можна зробити висновок, що складає 6% [2], тому розглядати цю область не будемо. Конвергенція і мультимедійні редакції стали буденними елементами сьогоденної журналістики. Йдеться насамперед про цифрові технології, і ці тенденції пов'язані з комп'ютеризацією суспільства, оскільки до 80-х медіа покладалися на аналогові носії. Слід зазначити, що відповідно до закону Ріплі (гіпотеза, сформульована німецьким журналістом Вольфгангом Ріплі, яка стверджує, що «нові ЗМІ будуть змушені шукати для себе нові завдання або області застосування») більш високо-розвинені засоби масової інформації не є заміною попередніх. Складність системи нових медіа відбивається в різноманітності доступної інформації. Інформація, яка розповсюджується через велику

комунікаційну мережу, охоплює широкий діапазон: від заснованих на фактах новин – до зухвалих вигадок, які розслідують професійні журналісти. Значна частина вчених вже давно вивчає способи, якими нові ЗМІ можуть сприяти, а також заважати поінформованим та зацікавленим громадянам. Окремо цифрові ЗМІ стали невід’ємною частиною політичного життя громадян, оскільки все більше число людей в усьому світі використовують цифрові медіа-технології для інформації і комунікації. У сукупності цифрові ЗМІ також є важливою платформою, яку люди використовують для координації між собою і мобілізації один одного. Проте, поширюючи інформативні і мобілізуючі повідомлення, цифрові ЗМІ також є соціально-політичним чинником, що викликає заклопотаність із приводу поширення дезінформації, інформаційної розбіжності і політичної поляризації.

Найбільш яскравою ілюстрацією концепції пост-правдивого репортажу є зростання числа фейкових новин. Визначення *фейкові новини* із часом змінилося і продовжує залишатися мінливим. Спочатку термін «фейкові новини» використовувався в новинних пародіях, таких як The Daily Show, The Colbert Report і Weekend Update on Saturday Night Live. Підроблені новини в основному визначаються як сатира [3]. Під час кампанії 2016 року поняття фейкових новин було пов’язано з вигаданими історіями, які виглядали так, як ніби вони були справжніми новинними статтями. Дискусія про фейкові новини в політичному контексті розповсюджувалася в Європі в тому ж році, коли вибори пройшли в Нідерландах, Франції та Німеччині [4]. Особливо обговорюється роль правління у розповсюдженні фейкових новин. Наприклад, голландське MIVD (Militaire Inlichtingen en Veiligheidsdienst: Служба військової розвідки та безпеки) повідомляло про поширення Російських фейкових новостей із метою дестабілізації Європи [5]. Крім того, НАТО оприлюднило державне управління Росії в запланованому розповсюдженні фейкових новин в Інтернеті в рамках своєї пропагандистської програми [6]. Розповсюдження фейкових новин йде рука в руку з політиками, що дискредитують авторитетні засоби масової інформації, такі як Дональд Трамп та Герт Вілдерс. У соціальних мережах ці політики заявляють, що фейкові новини розповсюджуються авторитетними ЗМІ [7]. Ці історії поширювалися на веб-сайтах, які мали вигляд законних новинних платформ або блогів, таких як Infowars, The Rightest і National Report. У збірнику 2017 року задокументовано 122 сайта, які регулярно публікують фейкові новини. Вони використовують взаємодію в соціальних мережах і алгоритми для поширення інформації серед певних ідеологічних груп. Сфабриковані історії вірусно поширюються соціальними ботами – автоматизо-

ваним програмним забезпеченням, яке відтворює повідомлення, маскуючись під людину. Загалом ЗМІ як розширили, так і підірвали традиційні ролі преси в демократичному суспільстві. Позитивним моментом є те, що вони значно збільшили можливість отримання політичної інформації навіть самих незацікавлених громадян. Усі приклади показують, що фейкові новини зараз з’являються частіше, і це викликає глобальну стурбованість, особливо коли йдеться про можливий вплив фейкових новин на результати виборів.

Звичайно, соціальні мережі не зроблять єдиного впливу, яке залишиться незмінним при зміні обставин. Спочатку більшість інсайдерів Інтернету думали, що їх вплив на політику буде повсталим, які розширює і лібералізує. Стверджувалося, що соціальні мережі познайомлять людей з ідеями, з якими вони в іншому випадку не зіткнуться, і збільшать політичну багатоманітність. Це підірве традиційну владу, викриє корупцію, дасть право голосу тим, хто не має його. (Вони були не першим носієм, якого вітали таким чином. Те ж саме було сказано про мобільні телефони десятьма роками раніше і про друк в епоху Реформації.) Як показують наведені вище приклади, соціальні мережі відіграють важливу роль в якості платформи для поширення фейкових новин. Це особливо відноситься до Facebook, де новини швидко поширюються серед широкої аудиторії без перевірки фактів або редакторських суджень [8; 9]. Завдяки соціальним мережам та іншим онлайн-платформам публіці легше створювати свій власний медіа-контент [10]. Крім того, це означає, що соціальні мережі надають альтернативні засоби масової інформації платформам для поширення своєї інформації. В результаті альтернативні засоби масової інформації і їх вплив в останні десятиліття росли. Крім того, великі засоби масової інформації, схоже, все більше і більше покладаються на видовищні і комерційні новини для підвищення рейтингів і прибутків. Пріоритезація рейтингів і прибутків відкрила шлях для альтернативних ЗМІ [11]. Існуючі дослідження нерідко розглядають альтернативні засоби масової інформації як критичний аналог основних засобів масової інформації, які звинувачуються просто в відтворенні капіталістичного дискурсу [12; 13]. Однак, як стверджують Дауні і Фентон, альтернативні засоби масової інформації надають як ризики, так і можливості. Існує можливість виникнення політичних громадських сфер, які можуть підвищити політичну мобілізацію і участь. Однак існує ризик того, що ці політичні громадські сфери залишаться автономними, або не взаємодіючими один з одним, що призведе до фрагментації і поляризації громадянського суспільства. Більш того, альтернативні ЗМІ пов’язані з поширенням альтернативної або фальшивої правди. Більш того, люди,

які уникають великих новинних медіа-корпорацій, переглядаючи новини тільки на таких платформах, як Facebook, більш схильні вважати, що фейкові новини не є такими [14]. Таким чином, у наш час важливо вивчити вплив фейкових новин, бо зростання числа альтернативних ЗМІ і ролі соціальних мереж як платформи не тільки для фальшивих, але й для звичайних новин є надзвичайно великою перспективою більшого розуміння інформаційного суспільства. Головний недолік наявних наукових досліджень полягає в тому, що немає чіткого уявлення про те, що являють собою фейкові новини. Наявні визначення обмежені одним конкретним жанром або одним типом фейкових новин. Ще одне важливе питання, яке слід задати, – це те, що відповідає визначенню фейкових новин як широкого поняття, в якому ступені новина сприймається як фальшивка. У ході обговорення стає зрозуміло, що фейкові новини можуть розходитися по мірі їх сприйняття як фейкові.

Якщо ми кажемо про соціальні мережі, то вони сприяли примітивізації політичного дискурсу. Знуцання і агресія стали звичайним явищем, спрямованим на насмішку або залякування. Жінки і представники етнічних меншин, які беруть участь у політичних дебатах, особливо часто стикаються з насильством із боку тролів (людина, яка розміщує брутальні або провокаційні повідомлення). Таке зловживання може бути узгодженим. Соціальні мережі, як постачальник новин, мають тенденцію фокусувати політику людей у спільнотах однодумців, а не піддавати їх більшому розмаїттю, як очікувалося. Рекламна бізнес-модель стимулює платформи соціальних мереж пропонувати користувачам інформацію, яка, на думку алгоритмів, їм сподобається. Замість того щоб витратити більше часу на ідеї, які кидають їм виклик, вони проводять більше часу з тими, хто проти них. Тонкі межі між новинами, думками і пропагандою стираються. Ці кордони завжди були розмиті. Провідні друковані та мовні ЗМІ в багатьох країнах дуже упереджені, а в деяких вони контролюються державою. Однак у соціальних мережах редакційних обмежень немає. У політиці США, зокрема, спостерігається сплеск брехні, яка стає вірусної (політика теорії змови). Уряд, політичні партії і лобісти добре про це знають. Деякі уряди наймають співробітників спеціально для того, щоб впливати на те, що йдеться в соціальних мережах: створювати образи, підвищувати поінформованість, впевненість або гнів. Партії використовують соціальні мережі з різним ступенем ефективності і правдивості. Всілякі групи тиску прагнуть сформувати думку на свою користь, максимізуючи онлайн-шум. Вони найбільш впливові, коли читачі не усвідомлюють, що на них впливають. Метааналітичні дослідження всео-

сяжних кампаній на рівні спільнот показують, що засоби масової інформації сприяють зміні поведінки на 5-10 відсотків [15].

Складність системи нових медіа відбивається в різноманітності контенту. Інформація, поширювана через велику комунікаційну мережу, охоплює широкий діапазон від заснованих на фактах репортажів професійних журналістів, які ведуть розслідування та збір доказів, до зухвалих вигадок або «альтернативних фактів» (якщо використовувати термін, який був вигаданий радником президента Трампа Келліанн Конвей), пропонованих альтернативною пресою. В епоху нових медіа кордони, що розділяють ці розрізнені типи інформації, стають все більш заплутаними. Професійних редакторів ЗМІ, які регулюють потік інформації, застосовуючи новинні принципи і стандарти, пов'язані із суспільним благом, стало мало. На зміну їм прийшли редактори соціальних мереж і аналітики, основною мотивацією яких є залучення користувачів до вмісту незалежно від його новинної цінності. Члени аудиторії повинні старанно працювати, щоб відрізнити факти від вигадки, а також відрізнити важливе від несуттєвого.

Можна запропонувати ряд пояснень зрушення в якості і кількості політичної інформації. Технологічні можливості нових медіа дозволяють інформації, здавалося б, необмежено поширюватися. Ретрансляція інформації може бути без будь-якої значної сторонньої фільтрації, перевірки фактів або редакційного судження. Особи, які не мають попередньої журналістської підготовки або репутації, можуть блискавично охопити багатьох користувачів. Кількість повідомлень збільшується в міру їх поширення на новинних платформах і через особисті облікові записи соціальних мереж.

Крім того, економічні стимули, що лежать в основі нових медіа-компаній, засновані на залученні широкої аудиторії, яка буде приносити дохід від реклами. Політичний вміст використовується для залучення споживачів до продуктів соціальних мереж, а не для виконання функції громадської служби по інформуванню громадян. Комерційний тиск призводить до того, що медіа-організації публікують запальні історії, які привертають найбільшу увагу. Крім того, в міру поширення платформ аналогічний контент широко розосереджений, оскільки медіа-влада зосереджена в невеликій кількості старих і нових медіа-корпорацій [16]. Пошукові системи направляють користувачів на обмежений вибір сайтів з високою відвідуваністю і хорошим фінансуванням.

Інші пояснення зосереджуються на природі політичного середовища, яка стала надзвичайно поляризованою, що призвело до появи політичних програм, які заохочують шахрайську політику. Дослідження Pew Research Center, проведене в 2017 році, показало, що розрив між демократами і республіканцями в основних політичних

цінностях, включаючи роль уряду, расу, імміграцію, систему соціального захисту, національну безпеку, податки і захист навколишнього середовища, виріс до неймовірних масштабів. У Сполучених Штатах більшість населення належить за політичними поглядами до ліберального або консервативного табору, і лише деякі з них займають різні ідеологічні позиції [17]. Президент Дональд Трамп використовував Twitter, щоб розпалити полеміку із приводу гравців НФЛ, які протестували проти расового гноблення під час виконання державного гімну перед іграми. Він використовував принизливий термін для позначення гравців, які в основному є афроамериканцями, і закликав власників команд звільнити тих, хто підтримує демонстрацію. Вибухи в соціальних мережах Трампа звинуватили гравців в неповазі до прапора і збройним силам, розділяє громадськість по політичним і расовими ознаками. Політичні розбіжності відображаються в наявності «ехо-камер» (це поняття в теорії ЗМІ, що представляє собою ситуацію, в якій певні ідеї, переконання посилюються або підкріплюються шляхом передачі повідомлення або його повторення всередині закритої системи) засобів масової інформації, де люди вибирають свої новини та джерела інформації, виходячи з їх близькості до політики інших користувачів. Сучасні ехо-камери нових медіа почали формуватися під час першої фази нових медіа, оскільки консервативні радіоведучі, такі як Раш Лімбо, залучали відданих послідовників [18]. Соціальні мережі прискорили розвиток ехо-камер, оскільки вони полегшують знайомство людей з інформацією, яку поділяють однодумці в їх особистих цифрових мережах, причому 62% дорослого населення Америки отримують новини з соціальних мереж. Навіть політично незацікавлені користувачі соціальних мереж часто випадково стикаються з новинними статтями при читанні новин. Здатність соціальних мереж ізолювати людей від тих, хто дотримується різних поглядів, посилює політичну поляризацію.

Думка про пресу як про політичну варту перетворює ЗМІ в вартового громадських інтересів. Спостережна преса перевіряє зловживання уряду, надаючи громадянам інформацію і забезпечуючи

прозорість уряду. Громадська підтримка контролюючої ролі ЗМІ значна: дослідження Дослідницького центру П'ю показало, що 70% населення Америки вважає, що повідомлення в пресі можуть «перешкодити лідерам робити те, чого робити не слід» [19].

Нові засоби масової інформації розширили можливості репортерів для виконання своєї ролі вартового пса навіть в епоху скорочення ресурсів для журналістських розслідувань. Інформацією можна легко поділитися через офіційні джерела ЗМІ, оскільки місцеві новинні агентства можуть передавати інформацію про важливі події національним організаціям. Новини також можуть бути задокументовані і поширені громадянами через соціальні мережі.

Висновки. Сучасні ЗМІ, з одного боку, розширили, а з іншого – підірвали традиційні ролі преси в демократичному суспільстві. Позитивним моментом є те, що вони значно збільшили можливість отримання політичної інформації навіть самих незацікавлених громадян. Вони дозволяють створювати цифрові публічні майданчики, де можна відкрито ділитися думками. Вони створили нові можливості для взаємодії, які дозволяють громадянськості по-новому зв'язуватися з урядом і вносити свій вклад у потік політичної інформації.

Водночас злиття нових медіа та суспільства постправди (політичні дії та мислення, за яких об'єктивні факти є менш впливовими у формуванні громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань) створило небезпечну ситуацію, яка підриває їх корисні аспекти. У даний час, схоже, мало ефективних засобів стримування зростаючої хвилі неправдивої інформації. Заміна викладу скандалів серйозними журналістськими розслідуваннями послабила «охоронну» роль преси. Неоднозначна позиція сучасних ЗМІ як рупора політиків робить журналістів причетними до поширення недостовірної інформації і неправдивих фактів. Важливо визнати, що сучасна журналістика ніколи не переживала «золотого століття», коли факти завжди переважали, а відповідальне висвітлення подій було абсолютним. Однак нинішня епоха може означати новий мінімум демократичного імперативу вільної преси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Keen, P. G. W. (1981) Information systems and organizational change. *Communications of the ACM*. P. 24–33.
2. 86% українців отримують новини з телевізора, 5% – з російських каналів: URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2018/03/27/7175940/>.
3. Balmas, M. (2014). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research*, pp. 430–454.
4. Nep-nieuws op internet ook in Nederland potentieel gevaarlijk. NOS, November 19 2016. URL: <http://nos.nl/artikel/2143953-nep-nieuws-op-internet-ook-in-nederlandpotentieel-gevaarlijk.html>.
5. Boere, R. Rusland steeds actiever met cyberaanvallen en nepnieuws. *Algemeen Dagblad*, April 24 2017. URL: <http://www.ad.nl/buitenland/rusland-steeds-actiever-met-cyberaanvallen-en-nepnieuws~a6931d54/?vwoParameters=vwoabbo&vwoParameters=vwo-abbo>.

6. Dearden, L. Nato accuses Sputnik News of distributing misinformation as part of 'Kremlin propaganda machine'. Independent. February 11 2017. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/sputnik-news-russian-governmentowned-controlled-nato-accuses-kremlin-propaganda-machine-a7574721.html>.
7. 'Wereldwijd sluipende oorlog gaande tegen journalistiek'. NOS. April 28 2017. URL: <http://nos.nl/artikel/2170487-wereldwijd-sluipende-oorlog-gaande-tegenjournalistiek.html>.
8. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. National Bureau of Economic Research. URL: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.
9. Pickard, V. (2017). Media Failures in the Age of Trump. *The Political Economy of Communication*, pp. 118–122.
10. Downey, J., & Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, pp. 185–202.
11. Andersson, L. (2012). There is No Alternative: The Critical Potential of Alternative Media in the Face of Neoliberalism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, pp. 752–764.
12. Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European journal of social theory*, pp. 173–192.
13. Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2015). Collective attention in the age of (mis)information. *Computers in Human Behavior*, 51, pp. 1198–1204.
14. Snyder L. How effective are mediated health campaigns? In: Rice R, Atkin C, editors. *Public communication campaigns*. Thousand Oaks, CA: Sage; 2001. pp. 181–190.
15. McChesney, Robert. 2015. *Rich Media, Poor Democracy*, 2nd Edition. New York : The New Press.
16. Messing, Solomon, and Rachel Weisel. 2017. *Partisan Conflict and Congressional Outreach*. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center.
17. Kiley, Jocelyn. 2017. "In Polarized Era, Fewer Americans Hold a Mix of Conservative and Liberal Views." Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/10/23/in-polarized-era-fewer-americans-hold-a-mix-of-conservative-and-liberal-views/>.
18. Jamieson, Kathleen Hall, and Joseph N. Cappella. 2010. *Echo Chamber*. New York: Oxford University Press.
19. Chinni, Dante, and Sally Bronston. 2017. "Despite Attacks on the Press, Public Supports Watchdog Role," NBC News, July 9. URL: <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/despite-attacks-press-public-supports-watchdog-role-n781046>.