
МЕДІАОСВІТА

УДК 378:070-057.87

Т. В. Ковальова, О. М. Євтушенко

ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ: ДО ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ МЕДІАФАХІВЦІВ

Методологія дослідження. Комплексне дослідження феномену постправди, виявлення його специфіки стало можливим завдяки застосуванню загальнонаукового методу аналітико-синтетичного вивчення наукових джерел, а визначення ефективності методів боротьби з постправдою – завдяки методам порівняння та узагальнення.

Результати. Встановлено, що постправда в інформаційному просторі виявляється як апелювання до емоцій, умисне замовчування фактів, дозування інформації, інформаційне переважання, комбінування правди та брехні, створення штучних «сенсацій», щоб емоційно розхитати аудиторію. Явище постправди є загрозою для демократичного суспільства, оскільки може зменшити рівень демократичної участі громадян, зменшити їх віру в силу критичного мислення, підірвати довіру до державних інституцій. Відповідями освітнього середовища на прояви постправди можуть бути розвиток навичок критичного мислення, медіаграмотності, фактчекінгу, роботи з даними та джерелами даних у студентів-журналістів. Серед стратегій реагування – також і забезпечення широкої гуманітарної, міждисциплінарної освіти майбутніх медіафахівців та вибудовування коаліцій для спільної боротьби [з постправдою] з іншими зацікавленими сторонами (медіа, фактчекерами, відповідальними політиками, державними органами, які збирають та обробляють статистичні дані, організаціями громадянського суспільства, адміністраціями [власниками] соціальних мереж.

Новизна. Проблему постправди розглянуто в контексті українських реалій як практичної журналістської діяльності, так і підготовки медіафахівців. Також ґрунтовано, які методи протистояння постправді доцільно використовувати в навчальному процесі.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані факультетами й кафедрами журналістики при коригуванні навчальних планів підготовки студентів-журналістів різних освітніх рівнів, а також окремими викладачами журналістики при розробці робочих навчальних програм.

Ключові слова: журналістська освіта, постправда, популізм, фейк, фактчекінг.

I. Вступ

У червні 2019 р. наказом Міністерства освіти і науки України затверджено стандарт вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика», який введено в дію з 2019/2020 навчального року. Результати навчання, за цим документом, розподілені на результати в когнітивній, ціннісно-мотиваційній та психомоторній сферах. Ці результати відповідно корелюють із запропонованими інтегральною, загальними та фаховими компетентностями. Звідси, у процесі навчальної діяльності у здобувачів вищої освіти спеціальності 061 «Журналістика» повинні сформуватися навички критичного мислення, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Особливо ці навички для майбутніх журналістів важливі сьогодні, коли дедалі більше науковців звертають увагу на проблему постправди, розмивання меж між фактами, з одного боку, та фейками, чутками, дезінформацією – з іншого. Необхідність розвитку медіаосвітніх технологій, формування критичного мислення студентів відстоюють українські науковці, зокрема Д. Бачинський, Н. Ґабор, Д. Стрельченко, Н. Ткачова та ін.

Попри це сьогодні, в епоху постправди, роль закладів вищої освіти остаточно не визначена: чи є вони причиною проблеми постправди, чи допомагають її вирішити [11, с. 122]. До наукової дискусії щодо феномену постправди, шляхів її подолання належать розвідки Д. Букінгема, Е. Дейвіс, В. Додонової [2], Дж. Кіна [12], Н. Кук, А. Романо, Н. Саноцької [8], Г. Ціпурського, А. Чантурії [9] та інших вітчизняних і закордонних дослідників. Способи реагування вищої освіти на ситуацію постправди вивчають, зокрема, Р. Гоббс, К. Даєр та Р. Холл, Г. Жиру [10], Дж. Рідж-

вей [13], М. Хайвонен [11], однак у вітчизняній теорії й практиці підготовки журналістів проблемі ще не приділено достатньої уваги.

Те, що українська система університетської підготовки журналістів постала перед серйозним викликом – необхідністю пошуків нових методів фахової підготовки студентів-журналістів, пока-зали, зокрема, і дві останні виборчі кампанії в Україні. «Напускання туману» найрейтинговішими політиками при відповідях на важливі для громадян питання, численні трактування й обговорення цих туманних висловлювань, подекуди емоційно заангажовані публікації або й відверті фейки – з усім цим зіткнувся споживач медіаконтенту під час президентської й парламентської виборчих кампаній. Не лише виборці, громадянське суспільство, а й журналісти виявилися не готовими протистояти проявам постправди й забезпечувати аудиторію якісним контентом, який відповідає всім журналістським стандартам.

Очевидно, намічені тенденції будуть тільки посилюватися, постправда прийшла, щоб залишитися надовго, а тому викладачі журналістики мають бути готовими готувати фахівців нової якості, пристосованих до сучасних інформаційних викликів.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – визначити ступінь ефективності методів протистояння постправді в інформаційному просторі України, які доцільно впроваджувати в журналістській освіті. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: з'ясувати основні прояви постправди та її наслідки на суспільному й індивідуальному рівні; порівняти механізми протистояння постправді та визначити ті з них, які можуть бути впроваджені в українських університетах при підготовці студентів-журналістів.

Комплексне дослідження феномену постправди, виявлення його специфіки стало можливим завдяки застосуванню загальнонаукового методу аналітико-синтетичного вивчення наукових джерел, а визначення ефективності методів боротьби з постправдою – завдяки методам порівняння та узагальнення.

III. Результати

Безумовно, кожен із нас свідомо чи підсвідомо шукає в бутті загалом і кожному з його проявів правду. Однак за сьогоднішніх умов стрімкого розвитку мультимедійних технологій, інформаційного переважання виникає інша ситуація, що зумовлює наше сприйняття й мислення, – постправда. Саме вона диктує специфіку політичних, соціальних, моральних процесів у всьому світі. Кожна людина сьогодні керується мозаїчною картиною світу. Як зауважує П. Барковський, у такій картині реальності відсутні тверді платформи істини як абсолютного переконання щодо наших уявлень про реальність як таку, «де поняття дійсного й віртуального, справедливого й несправедливого, війни й миру стали розмитими, а надто часто такими, які не можна розрізнити» [1, с. 82]. Ці поняття сьогодні формуються здебільшого медіа, величезна кількість яких в епоху постправди надає змогу обирати споживачеві саме ту картину реальності, яка відповідає його очікуванням та уявленням. Тому наше сприйняття реальності виникає не саме собою, а продукується й конструюється тими, хто має владу. Зокрема, А. Чантурія розглядає соціальну реальність як таку, що є «складна й неосяжна, і кожен з нас має справу не з вичерпним її відбиттям, а лише з безліччю точок зору й фокусів бачення. Так і з'являються “альтернативні факти” як заперечення дійсності на догоду авторам і замовникам інформаційного продукту. І сьогодні постправда – це популярна альтернатива критичному відбиттю реальності, що емоційно відстоюється масовою свідомістю в силу того, що вона показує світ таким, яким люди прагнуть його бачити» [9, с. 12].

Отже, у світі постправди, коли самі політики вільно інтерпретують, підмінюють дійсність, а журналісти, у свою чергу, репрезентують таку реальність відповідно до будь-яких уподобань реципієнтів, українське суспільство опиняється в небезпечній ситуації, коли втрачається політична спроможність ефективно вирішувати соціальні проблеми чи глобальні виклики, виникає загроза політичних дискусій, у яких факти є менш значущими, ніж емоції та думки.

Попри те, що подібні ситуації супроводжували всю історію людства, сьогодні це явище набуло особливо великих масштабів. Сталося це, перш за все, через кризу традиційного журналізму, класичних новинних медіа й поширення натомість блогінгу, громадянського журналізму, зручною платформою для яких стали соціальні медіа. Українці опинилися в парадоксальній ситуації: правду не приховують, на неї просто зменшується суспільний попит. Зважаючи на таку ситуацію, А. Чантурія наголошує, що «спокуса постправдою з її ігноруванням “незручних” фактів, точок зору й позицій, небажанням вступати в цивілізований діалог, нездатністю бачити, що в реальному житті можливе здійснення найгірших уявлень про майбутнє, має бути переборена на користь відповідального адекватного осмислення дійсності» [9, с. 12]. Тому журналісти мають відгукуватися, встановлювати нові правила відповідальності за будь-який політичний дискурс у країні. Але через відносну новизну поняття постправди в професійному медіасередовищі лише починають випрацьовуватися варіанти реагування.

Якщо в попередню епоху в основі довіри як до ЗМІ, так і до влади мав лежати факт, то сьогодні фактуальність поступається місцем тлумаченням, інтерпретаціям, упередженням. Як про постправду можна говорити про ті твердження, які сприймаються й беруться до уваги аудиторі-

єю незалежно від наявних доказів. Постправа функціонує в публічному просторі та апелює до емоцій, нехтуючи при цьому раціональним мисленням, що базується на фактах. Це свого роду маргінальний стан, коли змішують раціональне з ірраціональним, що призводить до руйнації міжособистісних відносин, примітивізації, спрощення понять і поглядів. Погоджуємося з думкою В. Додонової, що «механізм функціонування постправди має певну схожість з механізмами пропаганди і маніпуляції, а її характеристики нагадують основні ознаки популізму» [2, с. 358]. Отже, постправа – хиткий місток між брехнею і правдою, її часто співвідносять із популізмом, що набуває дедалі більшої популярності у світі. Україна не є винятком: дослідження, проведене Центром економічної стратегії у вересні 2019 р., свідчить, що в середньому 84% населення підтримують популістську політику, а 59% населення не лише підтримують популістську політику, а й вважають її реалістичною [6]. За результатами дослідження, найбільш схильні підтримувати таку політику економічно вразливі верстви населення (люди, що мають менше можливостей для реалізації у освіті, працевлаштуванні тощо) та, меншою мірою, люди, які не виявляють критичного мислення в повсякденному житті. Разом з тим, відмінності щодо підтримки популізму залежно від віку чи регіону – несуттєві.

До основних популістських прийомів, якими користується постправа, можна зарахувати апелювання до емоцій; умисне замовчування об'єктивних фактів, подачу частки інформації; інформаційне переважання, трансляцію безперервного потоку новин; комбінування правди і брехні; поява інформації в потрібний момент; провокація бурхливої реакції аудиторії за допомогою «сенсаційного» смислового навантаження [2, с. 358]. Найбільш яскравими прикладами постправди можна вважати появу інтернет-мемів, фейкових новин та неаргументованих емоційних відповідей на політичні питання, особливого емоційного типу спілкування без будь-яких обіцянок електорату, дезінформацію. Важливим є те, що всі ці прояви є не випадковою, а стратегічною комунікацією, тобто постправа завжди передбачає цілеспрямоване викривлення фактів.

Сьогодні в Україні постправа виявляється, перш за все, як недовіра президенту, уряду, ЗМІ зокрема, і в цьому полягає її основна загроза. Оскільки однією з ознак здорової демократії є «здатність громадян виражати незгоду, протест і навіть лють, коли їх обманюють», як стверджує Н. Санюцька [8, с. 110], то постправа загрожує самій сутності демократії, руйнує здорове демократичне суспільство, яке базується на громадянській участі й раціональному прийнятті рішень.

Так само руйнівний вплив постправа має й на індивідуальному рівні. Вона вибиває раціональний ґрунт з-під ніг виборців, змушує громадян сумніватися в усьому, навіть у собі самих. Для позначення цього стану Дж. Кін, австралійський професор політології, використовує поняття газлайтингу, коли нормальним людям під впливом тривалих інтенсивних маніпуляцій починає здаватися, що вони потроху втрачають розум, відмовляються вірити в раціональність власних суджень. На думку професора Дж. Кіна, цього ефекту може досягнути політик, наприклад, хибно інтерпретуючи очевидні факти або роблячи заяви, а потім відмовляючись від власних слів. Таким чином, учасники виборчого процесу виявляються настільки заплутаним, що не знають і не розуміють, кому вірити й у що вірити. Поширення фейків, альтернативних фактів, дезінформації тощо на мікрорівні можна навіть розглядати як грубе порушення прав людини [12].

Постправа – феномен, характерний для всіх країн. Але не всі вони спромоглися створити механізми та суспільні інститути для протидії. Демократичні країни розробляють систему протипаг, що базується, насамперед, на політичній активності та підконтрольності громадянському суспільству. Країни з обмеженою демократією не тільки не здатні протистояти постправді, а здебільшого навмисно створюють механізми, спрямовані на маніпуляції свідомістю, вплив на масову аудиторію. У більшості країн виникає широке коло дискусій щодо боротьби з постправдою, намагання усвідомити й пояснити її причини. Зокрема, Український католицький університет у травні 2019 р. ініціював широке наукове обговорення проблеми за участю експертів з України та інших країн Європи [4]. Серед способів протистояння альтернативним фактам і фейковим новинам, зокрема серед студентів, дослідники найчастіше називають медіаграмотність і розвиток критичного мислення, у тому числі новинну та цифрову медіаграмотність.

Але медіаграмотність – лише один із механізмів. У випадку зі студентами, які вивчають соціальні науки, продуктивною може бути також стратегія обговорення політичних тем під час навчального процесу. Важливо, однак, щоб студенти не лише набували навичок аналізу текстів, а й політичну освіту, зокрема розуміння структур влади, які стоять за медіа, чийм інтересам вони служать і які мають цілі. Адже, як зауважує В. Додонова, молодь і більшість населення України «не дуже розуміється на повноваженнях Президента, голови Верховної Ради та Прем'єр-міністра, що означає політичну необізнаність» [2, с. 360]. Таким чином, навіть не даючи спеціальних знань, обговорення політики в навчальній аудиторії допомагає студентам активізувати навички критичного мислення та виховувати повагу до різноманітних інтерпретацій.

Українські науковці констатують, що в країні посилений попит на політичний популізм, а це проблема національної безпеки. Тому для охорони інтересів суспільства використовують ресурси й організації, що спеціалізуються на перевірці фактів як у форматі окремих проєктів («Factcheck.org», «Politifact.com», «FactCheckEU.org», «StopFake», «VoxCheck»), так і в складі редакційних медіа. Зокрема, Н. Островська та К. Єськова зазначають, що одним з основних на-

прямків українського фактчекінгу є перевірка неправдивої фейкової інформації незалежно від джерела та форми [7, с. 44]. Таким чином, дієвим способом протистояння проявам постправди можуть бути програмні продукти, зокрема автоматичні системи для розпізнавання фейкових новин. Дослідниці підкреслюють, що для студентів, які мають відповідний попередній бекграунд, переважно вивчають соціальні науки, навіть під час навчального процесу можна застосовувати елементи фактчекінгу. Їхню думку поділяє й О. Марків [5]. Хоча під фактчекінгом переважно розуміють спеціальні техніки, якими користуються журналісти для перевірки публічних заяв, під час навчання із цими технологіями можна ознайомлювати студентів. Метою не буде підготовка ними медіаматеріалів, а лише розвиток здатності критичної оцінки фактів і відбору надійних джерел.

Загалом науковці позитивно оцінюють можливості фактчекінгу для освіти виборців, розширення їх знань, зазначають, що фактчекінг сприяє функціонуванню демократичного суспільства, може стримувати поширення дезінформації політиками. Фактчекінг також оцінюють як практику пошуку правди. При цьому більше впливають на думку аудиторії негативні перевірки (у яких політиків «спіймали» на неправді), ніж позитивні (які підтвердили точність заяви).

Однак існують і певні перестороги щодо фактчекінгу як ефективного методу боротьби з постправдою, адже навіть коли чутки чи скандали були спростовані, вони однаково продовжують негативно впливати на сприйняття особи, яка була в їх центрі. У цій ситуації фактчекінг може не лише не покращити ситуацію, але й грає на руку поширювачам неправди.

Дослідник Є. Конєв схиляється до думки, що боротися з неправдою в інтернеті лише за допомогою фактчекінгу неможливо, адже постправа впливає, передусім, на емоції реципієнта, а не на його розум. Тому протидіяти їй можна лише через скоординовані дії всіх суспільних інститутів [3, с. 137-142].

Важливо зауважити, що постправа як феномен є не лише політичним чи журналістським, а й освітнім викликом. Адже дуже часто саме школи чи університети мають забезпечити громадян навичками критичного мислення. Особливим викликом постправа є для викладачів журналістики. Сьогодні для випускника-журналіста критично значущим є не лише рівень професійної підготовки, а й громадянської участі, здатності відстоювати демократичні цінності. В умовах українсько-російської інформаційної боротьби українські журналісти дуже часто були й досі є неготовими відрізнити фейки. За цих умов постає питання: чи готові університети готувати принципово нові, якісні кадри професійної журналістики, студентів, спроможних відстоювати професійні стандарти, національні інтереси держави та дошукуватися правди в епоху постправди.

За сьогоденних умов викладачі мають не лише давати знання. Фактично йдеться про те, що будь-яка вища освіта, навіть не журналістська, має розвивати критичне мислення студентів. Університет має бути тим осередком, де студент вчиться бути відповідальним громадянином, долає прірву між навчанням і практикою, а також розширює демократичні права та ідентичності. Один з основних теоретиків критичної педагогіки Г. Жиру наголошує, що сучасна педагогіка має бути тим засобом, який навчить студентів ставити питання, зокрема про причини виникнення воєн, нерівності, нагляду держави за громадянами [10, с. 211].

При цьому британський професор П. Н. Стернз зазначає, що для досягнення основних цілей вищої освіти в сучасному хиткому світі критично важливою стає інтердисциплінарність, адже лише такий підхід надає змогу «адекватно ознайомити учнів із тим, що відбувається у навколишньому світі, із світом, у якому вони формуватимуть своє життя у майбутньому» [14, с. 16]. Оскільки сучасний світ дедалі ускладнюється, пов'язується все сильнішими зв'язками, то варіантом захисту від постправди може стати повернення до широкої гуманітарної освіти, яка здатна забезпечити розумінням історичних закономірностей, глобальних процесів, суспільних контекстів. І тут головним питанням стає те, чи насправді здатні університети виконати всі ці вимоги, виправдати надії як осередки раціональності в ірраціональному світі постправди.

Попри те, що викладачі закладів вищої освіти здатні помітно впливати на студентів, зокрема формувати їхні уявлення щодо окремих тверджень, сприяти розвитку критичного мислення, сьогодні українські університети подекуди відверто не готові випускати студента, здатного адаптуватися до світу постправди. Через потужне інформаційне протистояння з Російською Федерацією особливо гостро ця проблема постає в журналістській освіті, адже неякісна підготовка студентів-журналістів може мати значні наслідки, навіть для національної безпеки й обороноздатності. Чи можна покладатися на те, що студенти зможуть набути навичок, не сформованих під час навчання в закладах вищої освіти, під час короткотермінових тренінгів, семінарів, літніх шкіл – питання неоднозначне (саме через згадану вже потребу в системній гуманітарній освіті).

Сучасна освітня система, починаючи зі шкільної, зорієнтована на медіаграмотного, з критичним мисленням споживача освітніх послуг. Сьогодні в освітні навчальні плани, шкільні та університетські, впроваджують спецкурси чи окремі дисципліни з медіаграмотності. Такий підхід до медіаосвіти мав би показувати позитивні результати. Проте варто зауважити, що в Україні курси з медіаграмотності запроваджують не у всіх закладах вищої освіти, тим більше, не на всіх спеціальностях. Більшість кафедр журналістики українських університетів не мають курсів медіаграмотності, на інших спеціальностях – немає зовсім. Сьогодні покладаємося на неформальну ме-

діаосвіту як для фахівців журналістики, так і для інших зацікавлених споживачів інформації. Найпоширенішою формою навчання є тренінгові курси, під час проходження яких учасники оволодівають новими знаннями та навичками критичного мислення [15].

В епоху постправди будь-які форми роботи з інформацією залишаються під сумнівом щодо ефективності їх використання. Перенасиченість медіапростору інформацією подекуди спричинює нерозуміння її споживачами й нездатність відрізнити якісні, правдиві повідомлення/тексти та маніпулятивні, брехливі заяви. Попри те, що медіаграмотність українського суспільства є важливою характеристикою критичного медіаспоживача, в епоху постправди та інформаційної війни наше суспільство все ще залишається дуже вразливим.

Британські дослідники Дж. Ріджвей і колеги [13] вказують, що ключі для протидії постправді як освітній проблемі потрібно шукати в причинах її поширення серед студентів і громадян загалом. До основних причин фахівці зараховують вразливість перед емоційними закликами, нестачу залученості при роботі з даними, нестачу критичності та неналежні навички поводження з даними. Для кожної з причин автори пропонують набір методів протидії.

Наприклад, зменшити вразливість студентів перед емоційними закликами може допомогти аргументативне письмо. Ще один прийом – аналіз у навчальному процесі фактчек-матеріалів, які показують студентам співвідношення між риторичними прийомами, якими користуються політики, і реальними фактами. За відсутності залученості при роботі з даними може допомогти їх візуалізація, використання історій, коротких анімаційних фільмів, заснованих на даних. Розвинути критичність можна, не стаючи скептиком, але зробивши «звичкою розуму» пошук у кожному висловлюванні фактів, які б його обґрунтували. Формування навичок роботи з даними передбачає, що студенти мають розуміти, зокрема, як виробляються дані, як вони вимірюються, з якого джерела походять. Також студенти повинні вміти шукати дані в різних джерелах, зокрема в інтернеті (що може бути набагато складнішою, комплекснішою навичкою, ніж може здаватися), аналізувати й візуалізувати за допомогою програмних засобів.

Усі зауваження Дж. Ріджвея й колег [13] стосуються студентів, які здобувають статистичну освіту, однак, автори вважають, що ті самі причини (а відповідно, і рецепти протидії) стосуються всіх.

Ще одне принципове, на нашу думку, зауваження полягає в тому, що всі згадані рецепти боротьби з постправдою як освітньою проблемою працюють лише за умов, коли до зусиль освітян додаються зусилля інших суспільних агентів. Іншими словами, протистояти постправді можна лише на рівні громади. Крім того, що викладачі в університеті мають розвивати в студентів згадані вище навички, долучатися до боротьби мають і відповідальні політики (які базуватимуть свої висловлювання не на емоціях, а на доказах), медіа, організації, які займаються фактчекінгом, громадські активісти, державні органи, які займаються збором, обробкою й поширенням даних, недержавні організації – дослідники даних та адміністрації соціальних мереж (які мають боротися з фейками, промотувати надійних поширювачів новин) тощо.

IV. Висновки

Постправда в інформаційному просторі виявляється як апелювання до емоцій, умисне замовчування фактів, дозування інформації, інформаційне перевантаження, комбінування правди і брехні, створення штучних «сенсацій», щоб емоційно розхитати аудиторію. Явище постправди є загрозою для демократичного суспільства, оскільки може зменшити рівень демократичної участі громадян, зменшити їх віру в силу критичного мислення, підірвати довіру до державних інституцій.

Оскільки постправда є комплексним, складним феноменом, простих рецептів протидії їй не може бути. Викладачі журналістики в Україні мають усвідомити, що ситуація постправди вимагає нових форм роботи зі студентами, нових методів навчання. Інакше випускники не будуть готовими до реальних умов роботи, в яких факти, фейки, емоції, чутки часом переплітаються міцно, як ніколи раніше. Розуміючи, що відповіді постправді можуть бути лише колективними, викладачі журналістики мають вживати принаймні залежних від них кроків для підготовки критичних, залучених в політичні процеси, відповідальних журналістів.

Ця розвідка є лише начерком до складної проблеми, а тому інструменти, методи й форми реагування освітян на постправду подані лише оглядово. Перспективним для подальших досліджень є глибший аналіз кожного із них. Наприклад, з'ясування, чи є ефективним освоєння студентами навичок фактчекінгу та робота під час занять із результатами фактчек-розслідувань; як саме студенти вчаться встановлювати джерела походження фактів, за якими критеріями визначають надійність фактів тощо.

Список використаної літератури

1. Барковский П. Постидеологии современности: «гибридные идеологии», или «Новые мифологии», как фактор конструирования постсовременного социального поля. *Ідеологія і політика*. 2018. № 3 (11). С. 78–125.
2. Додонова В. Популізм і постправда як складові виборчого процесу в Україні. *Київські філософські студії – 2019*: матер. наук. конф. (м. Київ, 16–17 травня 2019 р.). Київ, 2019.

- C. 355–360. URL: http://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2019/05_16_zbirnyk_kfs.pdf (дата звернення: 10.08.2019).
3. Конев Е. Журналистские принципы в эпоху «постправды». *Международная журналистика – 2018: Глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф.* (г. Минск, 15 февраля 2018). Минск, 2018. С. 137–142.
 4. Конференція «Digital-комунікація в епоху постправди: реалії та виклики». *Магістерська програма з медіакомунікацій УКУ*. 2019. URL: <http://media.ucu.edu.ua/projects/konferentsiya-digital-komunikatsiya-v-epohu-postpravdy-realiyi-ta-vyklyky> (дата звернення: 05.08.2019).
 5. Марків О. Т. Постправа та фактчекінг – тренди сучасної комунікації. *Наука та освіта: ключові питання сучасності*: зб. наук. праць «ЛогоΣ»: матер. Міжнар. наук.-практ. конфер. м. Чернігів, 18 травня 2018 р.). Обухів, 2018. Т. 11. С. 112–119.
 6. Михайлишина Д., Яблоновський Д., Ілляшенко П. Як зробити українців менш вразливими до популізму? *Центр економічної стратегії*. 2019. URL: <https://ces.org.ua/populism-paper> (дата звернення: 03.08.2019).
 7. Островська Н. В., Єськова К. В. Особливості формату українських фактчекінгових проєктів. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Київ, 2018. Т. 7. С. 43–51.
 8. Саноцька Н. Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 20. С. 108–111. URL: <http://apfs.onua.edu.ua/index.php/APFS/article/download/799/437> (дата звернення: 15.08.2019).
 9. Чантурія А. В. Постправа та масова свідомість. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки*. 2018. № 9. С. 4–14.
 10. Giroux H. A., Peters M. A., Rider S., Hyvönen M., Besley T. What Is the Role of Higher Education in the Age of Fake News? *Post-Truth, Fake News*. Singapore, 2018. P. 197–215.
 11. Hyvönen M., Peters M. A., Rider S., Hyvönen M., Besley T. (eds). As a Matter of Fact: Journalism and Scholarship in the Post-truth Era. *Post-Truth, Fake News*. Singapore, 2018. P. 121–132.
 12. Keane J. Post-truth politics and why the antidote isn't simply 'fact-checking' and truth. *The Conversation*. 2018. URL: <https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364> (date of request: 29.08.2019).
 13. Ridgway J., Nicholson J., Stern D. Statistics education in a post-truth era. *Proceedings of the Satellite conference of the International Association for Statistical Education (IASE)*. Rabat, 2017. URL: https://iase-web.org/documents/papers/sat2017/IASE2017%20Satellite%20N56_RIDGWAY.pdf (date of request: 28.08.2019).
 14. Stearns P. N. Globalizing Higher Education: a global challenge. *The Ideology and Politics Journal*, 2012. № 2. P. 14–18. URL: http://ideopol.org/wp-content/uploads/2014/03/3_ENG-ED-Final-Stearns.pdf (date of request: 22.08.2019).
 15. Yevtushenko O., Kovalova T. Media education for future media professionals: designing and implementing a training programme. *Advanced Education*. Kyiv, 2019. Vol. 12. P. 94–104. URL: <http://ae.fl.kpi.ua/article/download/128668/172225> (date of request: 05.08.2019).

References

1. Barkovskii, P. (2018). Post-ideology of the present: "hybrid ideologies", or "new mythologies", as a factor in the construction of a post-modern social field. *Ideolohiia i polityka*, 3 (11). 78–125 (in Russian).
2. Dodonova, V. (2019). Populism and post-truth as components of the electoral process in Ukraine. *Kyivski filosofski studii – 2019: materialy naukovoï konferentsii*. May 16–17, 2019, Ryiv, Ukraine. 355–360. Retrieved from: http://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2019/05_16_zbirnyk_kfs.pdf (date of request: 10.08.2019). (in Ukrainian).
3. Konev, E. (2018). Journalistic principles in the era of «post-truth». *Mezhdunarodnaia zhurnalistika – 2018: Globalnye vyzovy, regionalnoe partnerstvo i media: materialy VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*, February 15, 2018, Minsk, Belarus, 137–142. (in Russian).
4. Conference «Digital Communication in the age of post-truth: reality and challenges» (2019). *Mahisterska prohrama z mediakomunikatsii UKU*. Retrieved from: <http://media.ucu.edu.ua/projects/konferentsiya-digital-komunikatsiya-v-epohu-postpravdy-realiyi-ta-vyklyky> (date of request: 05.08.2019). (in Ukrainian).
5. Markiv, O. T. (2018). Post-truth and fact-checking as trends of modern communication. *Nauka ta osvita: kliuchovi pytannia suchasnosti: zbirnyk naukovykh prats z materialamy mizhnarodni naukovo-praktychnoi konferentsii*. May 18, 2018, Chernihiv, Ukraine, (11). 112–119 (in Ukrainian).
6. Mykhailyshyna, D., Yablonovskiy, D., & Illiashenko, P. (2019). How to make Ukrainians less vulnerable to populism? *Tsentr ekonomichnoi stratehii*. Retrieved from: <https://ces.org.ua/populism-paper> (date of request: 03.08.2019) (in Ukrainian).
7. Ostrovska, N. V., Yeskova, K. V. (2018). Format features of Ukrainian fact-checking projects. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka*, 7, 43–51. (in Ukrainian).
8. Sanotska, N. Ya. (2017). Outlines of post-truth in the information society. *Aktualni problemy filosofii ta sotsiologii*, 20, 108–111. Retrieved from: <http://apfs.onua.edu.ua/index.php/APFS/article/download/799/437> (date of request: 15.08.2019) (in Ukrainian).

9. Chanturiia, A. V. (2018) Post-truth and mass consciousness. *Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka. Sotsiologichni nauky*, 9, 4–14. (in Ukrainian).
10. Giroux, H. A. (2018). What Is the Role of Higher Education in the Age of Fake News? In: Peters M. A., Rider S., Hyvönen M., Besley T. (eds). *Post-Truth, Fake News*. Singapore: Springer, 197–215. (in English).
11. Hyvönen, M. (2018). As a Matter of Fact: Journalism and Scholarship in the Post-truth Era. In: Peters M. A., Rider S., Hyvönen M., Besley T. (eds). *Post-Truth, Fake News*. Singapore: Springer, 121–132. (in English).
12. Keane, J. (2018). Post-truth politics and why the antidote isn't simply 'fact-checking' and truth. *The Conversation*. Retrieved from: <https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364> (date of request: 29.08.2019). (in English).
13. Ridgway, J., Nicholson, J., & Stern, D. (2017). Statistics education in a post-truth era. *Proceedings of the Satellite conference of the International Association for Statistical Education (IASE)*. Rabat. Retrieved from: https://iase-web.org/documents/papers/sat2017/IASE2017%20Satellite%20N56_-RIDGWAY.pdf (date of request: 28.08.2019). (in English).
14. Stearns, P. N. (2012). Globalizing Higher Education: a global challenge. *The Ideology and Politics Journal*, 2, 14–18. Retrieved from: http://ideopol.org/wp-content/uploads/2014/03/3_ENG-ED-Final-Stearns.pdf (date of request: 22.08.2019). (in English).
15. Yevtushenko, O., Kovalova, T. (2019). Media education for future media professionals: designing and implementing a training programme. *Advanced Education*, (12). 94–104. Retrieved from: <http://ae.fl.kpi.ua/article/download/128668/172225> (date of request: 05.08.2019). (in English).

Стаття надійшла до редакції 01.09.2019.

Kovalova T., Yevtushenko O. Journalism in the Epoch of Post-Truth: Revisiting Training of Media Professionals

Research Methodology. *Comprehensive research of the post-truth phenomenon, revealing its specific features was made possible by the application of the general scientific method of analytical and synthetic study of scientific sources, and the efficiency determination of the methods of dealing with post-truth - by methods of comparison and generalization.*

Results. *It was found that post-truth in the information space manifests itself as an appeal to emotions, intentional concealment of facts, dosing of information, information overload, combining truth and lies, creating artificial "sensations" to emotionally swing the audience. Post-truth phenomenon is a threat to a democratic society because it can reduce the level of democratic participation of citizens, reduce their faith in critical thinking, and undermine confidence in state institutions. Educational responses to post-truth manifestations can include the development of critical thinking skills, media literacy, fact-checking, working with data and data sources in journalism students. Response strategies include providing future media professionals with a broad humanity, interdisciplinary education and building coalitions to fight [post-truth] together with other stakeholders (media, fact-checkers, responsible politicians, data collecting and processing government institutions and civil society organizations, administrations [owners] of social networks.*

Novelty. *The post-truth issue was considered in the context of Ukrainian facts of life from the point of view of both practical journalistic activity and training of media professionals. The methods of fighting post-truth, which are expedient to use in educational process were substantiated*

The practical significance. *The study results can be used by the faculties and departments of journalism to adjust a curriculum of journalism students of different educational levels, as well as by individual journalism lecturers while developing a syllabus.*

Key words: *journalism education, post-truth, populism, fake, fact-checking.*

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Баранецька А. Д.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доктор філософії, старший викладач кафедри теорії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю факультету журналістики, Запорізький національний університет, anabaranetska@ukr.net
- Білограць Х. Р.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, кафедра журналістики та засобів масової комунікації, Національний університет «Львівська політехніка», bilograts.khristina@gmail.com, khrystyna.r.bilohrats@lpnu.ua
- Бондаренко І. С.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії комунікацій та зв'язків з громадськістю, Запорізький національний університет, lystopad.iryua@gmail.com
- Брадов В. В.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій, Маріупольський державний університет, bradov@i.ua
- Гарматій О. В.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації, Національний університет «Львівська політехніка», oharmatiy@gmail.com
- Грисюк В. П.** – аспірант Інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, журналіст газети «Сьогодні», v.hrysiuk@gmail.com
- Дерев'янка О. А.** – відділ інформації та зв'язків з громадськістю, Маріупольський державний університет, vorrara@gmail.com
- Досенко А. К.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа, Київський університет імені Бориса Грінченка, Likalive@bigmir.net, o.dosenko@kubg.edu.ua
- Дрешпак В. М.** – доктор наук із державного управління, професор, професор кафедри публічного управління та митного адміністрування, Університет митної справи та фінансів, profi1@ua.fm
- Євтушенко О. М.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики та філології, Сумський державний університет, olenayevtushenko@gmail.com
- Жарко С. Ю.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та міжкультурної комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, zharko_s@i.ua
- Іванова Т. В.** – доктор педагогічних наук, професор, Маріупольський державний університет, tv.ivanova77@gmail.com
- Кияшко Ю. П.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, української словесності та культури, Університет державної фіскальної служби України, kiyashko_u_p@ukr.net
- Кирилова О. В.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, kyrylova_o@fszmk.dnulive.dp.ua
- Ковальова Т. В.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та філології, Сумський державний університет, tatkovalova@gmail.com
- Кодацька Н. О.** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин регіональних студій та туризму, Університет митної справи та фінансів, dom1237@gmail.com
- Костюк В. В.** – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету журналістики, Запорізький національний університет, kostuk_viktor@ukr.net

- Костюк Ю. В.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, Запорізький національний університет, kostyuk_y85@ukr.net
- Кузнецова О. Д.** – доктор філологічних наук з журналістики, професор, завідувач кафедри журналістики та засобів масової комунікації, Національний університет «Львівська політехніка», o.d.kuznetsova@gmail.com
- Надточій О. Л.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, olenanad@gmail.com
- Пащенко Б. Г.** – аспірант кафедри масової та міжнародної комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, rashchenko_b@fszmk.dnulive.dp.ua
- Погребняк І. В.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа, Київський університет імені Бориса Грінченка, i.pohrebniak@edu.kubg.edu.ua
- Прокопчук Е. І.** – Маріупольський державний університет
- Ривліна В. М.** – викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю ФСЗМК, Дніпровський національний університет імені О. Гончара, pupslooo@ukr.net
- Риженко Л. М.** – викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, l_ryzhenko_m@ukr.net
- Терханова О. В.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та міжкультурної комунікації, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, shapev@ukr.net
- Хміль-Чуприна В. В.** – викладач кафедри філології та видавничої справи, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, hmilchuprinavita@gmail.com
- Цапок О. М.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, otsapok@ukr.net
- Ципердюк І. М.** – кандидат філологічних наук, кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, ПВНЗ «Університет Короля Данила», zdjuk@ukr.net
- Шилова В. В.** – тимчасово не працює, Pobedashilova@gmail.com
- Ятчук О. М.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, філософії та соціальних комунікацій, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, yatchuk.olga@gmail.com