

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМИ
НАВЧАННЯ

Кафедра журналістики та філології

**ПОСТПРАВДА В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ
КОМУНІКАЦІЙ ЯК ФЕНОМЕН МЕДІАГРАМОТНОСТІ**
**Post-truth in the conditions of modern socio-cultural communications as
a phenomenon of media literacy**

Кваліфікаційна робота рівня «магістр»
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми «Журналістика»
студентки II курсу факультету ІФСК
Ковальнової Тетяни Вікторівни

Науковий керівник
Яненко Ярослав Васильович,
доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та філології

Суми 2023

Бібліографічний опис

Ковальова Т. В. Постправа в умовах сучасних соціокультурних комунікацій як феномен медіаграмотності: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістр; спец.: 061 – освітньої програми «Журналістика» / Т. В. Ковальова; наук. Керівник Я. В. Яненко. Суми : СумДУ, 2023. 40 с.

У кваліфікаційній роботі розглянуто феномен постправи, обґрунтовано специфіку сприйняття інформації різними групами, а також вказано, як реципієнти реагують, сприймають та осмислюють інформацію в умовах постправи. Визначено і вказано на важливості медіаграмотності аудиторії задля критичного сприйняття масиву інформації, а також її фактчеку. Обґрунтовано здатність ЗВО формувати професійних медіаграмотних фахівців.

Ключові слова: постправа, фактчекінг, медіаграмотність, критичне мислення, журналістська освіта.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ПОСТПРАВДА В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ	7
РОЗДІЛ 2. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ЧИННИК ЯКІСНОЇ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ	20
ВИСНОВКИ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33

ВСТУП

Українські науковці констатують, що в країні посилений попит на політичний популізм, а це проблема національної безпеки. Тому для охорони інтересів суспільства використовуються ресурси й організації, що спеціалізуються на перевірці фактів як у форматі окремих проектів (“Factcheck.org”, “Politifact.com”, “FactCheckEU.org”, “StopFake”, “VoxCheck”), так і в складі редакційних медіа. Одним із основних напрямків українського фактчекінгу є перевірка неправдивої фейкової інформації незалежно від джерела та форми [10, с. 44].

Незважаючи на те що медіаграмотність українського суспільства є важливою характеристикою критичного медіаспоживача, однозначно можна визначити, що в епоху постправди та інформаційної війни це не працює. Боротися з неправдою в мережі інтернету лише за допомогою фактчекінгу неможливо, адже постправда впливає в першу чергу на емоції реципієнта, а не на його розум. Тому протидіяти їй можливо тільки через скоординовані дії усіх суспільних інститутів. Важлива роль у цьому відводиться системі освіти, зокрема здатності та ефективності її реагування на виклики постправди. Це і зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає у визначенні інструментів формування медіаграмотних фахівців у галузі соціальних комунікацій в епоху постправди.

Мета кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня передбачає вирішення таких **завдань**:

- окреслити поняття постправди у сфері журналістики;
- визначити здатність студентської молоді критично мислити та сприймати, аналізувати й транслювати інформацію;
- дослідити форми роботи з інформацією в умовах постправди та агресивного зовнішнього інформаційного впливу, що сприяють формуванню медіаграмотного споживача.

Об'єктом дослідження є постправа як феномен медіаграмотності.

Предметом дослідження у кваліфікаційній роботі є інструменти роботи з інформацією, навички soft skills в процесі формування медіаграмотного фахівця під час навчання у ЗВО.

Методологія роботи полягає у системному підході до з'ясування феномену медіаграмотності в епоху постправи. Метод узагальнення уможливив зробити висновки щодо важливості свідомого сприйняття інформації, постійної її перевірки та критичного аналізу. Для формування результатів дослідження було проведено експеримент, що передбачав роботу з цільової аудиторією – студентами закладу вищої освіти. До участі в експерименті були залучені здобувачі вищої освіти I рівня зі спеціальності 061. Журналістика. Так, у експеримент були задіяні три групи: студенти-журналісти із загальною професійною підготовкою, студенти-журналісти, які додатково брали участь у тренінгах з фактчекінгу та студенти-економічних спеціальностей, які не вивчали основи медіаграмотності. Метод опитування з подальшим обговоренням у фокус-групах уможливив довести, що майбутні журналісти виявляють більшу довірливість у своїх навичках, але, насправді, вони не здатні відрізнити кращу правду, маніпуляції та брехню, ніж майбутні економісти. Всі три групи мали туманні уявлення про ці поняття і схильні довіряти твердженням, які здаються знайомими та простими. Тренінги з перевірки фактів не дають студентам переваги у виявленні істини та брехні в публічних заявах. Отримані результати свідчать про нагальну необхідність пошуку нових системних рішень з боку вищої освіти, спільноти професіоналів для підготовки майбутніх журналістів, готових працювати в умовах постправи.

Практичне значення роботи. Важливим чинником визначення якості підготовки конкурентно спроможного, критично мислячого медіа фахівця є його здатність працювати з інформацією: збити, аналізувати, відбирати важливу і точно та достовірно, правдиво ретранслювати в інформаційному просторі.

Таким чином, отримані результати кваліфікаційної магістерської роботи стануть корисними у плануванні та розробці проєктів освітніх програм за спеціальністю 061. Журналістика різних освітніх рівнів, що водночас забезпечить якісну підготовку фахівців та їх затребуваність на ринку медіапослуг.

Структура кваліфікаційної роботи.

Робота складається зі Вступу, двох Розділів, Висновків, Списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 40 сторінок. Список використаних джерел налічує 61 позицію.

РОЗДІЛ 1. ПОСТПРАВДА В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Виклики постправди є новими як для сфери журналістики у світі, в Україні зокрема, так і досить незвичними для системи української медіаосвіти. Хоча епоха постправди зачіпає практично всі сфери життя, особливо складні питання вона ставить перед журналістами, які повинні надати аудиторії достовірну, точну, правдиву інформацію. Тому журналістська освіта має надати майбутнім медійникам інструменти і методи щодо діяльності в умовах постправди.

Постправда «є свідомою стратегією, спрямованою на створення середовища, де об'єктивні факти менш впливові у формуванні громадської думки, де підриваються теоретичні основи, щоб унеможливити для когось осмислення певної події, явища чи досвіду, і де делегітимізується наукова істина» [21]. Головним наслідком постправди є те, що вона підриває можливості отримання точної інформації. До цього призводять завжди взаємопов'язані тенденції:

- зростання поширеності та впливу дезінформації та дезинформації;
- збільшення відмови від усталених претензій;
- розміщення особистих переконань і досвіду вище фактів і доказів;
- зниження довіри до інституційних постачальників інформації, таких як журналістика та наука;
- зростаюча фрагментація та поляризація споживання інформації [23]. Усі ці обставини призводять до того, що істини стає дуже важко досягти.

Сьогодні люди здебільшого сприймають реальність через новини. Зміни в каналах поширення інформації і в способах споживання контенту «впливають на сприйняття того, що в новинах є істинним або хибним» [22, с. 320]. Журналістами, як критичними медіаторами правди [48], можуть бути

ті, хто не тільки транслює новини та інформує громадськість, а й допомагає аудиторії долати виклики постправди: саме вони є перекладачами та медіаторами, які забезпечують захист процедури [досягнення правди] [48].

24 лютого 2022 року стало іще однією відправною точкою, коли система університетської підготовки журналістів в Україні зіштовхнулася із новим серйозним викликом: майбутні журналісти повинні бути готовими працювати не лише в умовах інформаційної війни, а й в умовах повномасштабної війни. Військова агресія рф та українські реалії засвідчили, що не лише прості громадяни, але й досвідчені журналісти не готові, а іноді навіть не спроможні протистояти тотальній постправді в різних сферах, зокрема політичній сфері. Відповідно, викладачі, які працюють зі студентами, що навчаються за освітніми програмами з журналістики, вже зараз мають шукати нові шляхи підготовки здобувачів фахової медіаосвіти, які через кілька років не повторять помилок нинішніх медіафахівців.

Однією з найавторитетніших постатей не тільки в Україні, а й у світі сьогодні став Президент України Володимир Зеленський. Варто пригадати 2019 рік, коли саме Зеленський, а не хто інший, був обраний Президентом, став переломним щодо розуміння українцями політичних процесів в цілому, та свідомого і виваженого політичного вибору зокрема. За цей рік в Україні було організовано та проведено одразу дві виборчі кампанії (президентська й позачергова парламентська). Саме ці політичні події стали найнепередбачуванішими в її історії української політики зокрема та отримали від політологів назву «електоральної революції». До обрання на посаду президентом країни шоумена Володимира Зеленського країна йшла протягом останніх років. Українське суспільство було досить розчароване в державних політиках, що очолили країну на революційній хвилі, що прокотилася Україною після Революції Гідності у 2013–2014 роках, коли від влади був усунений авторитарний президент.

Саме тоді українське суспільство мало велике сподівання на очищення різних сфер діяльності від корупції, приведення стандартів життя пересічних

українців до європейського рівня. Невиправдані сподівання спричинили досить значну проблему довіри до всіх інституцій української владної структури, включно з парламентом та президентом. У державі, відтак, сформувався потужний запит на «нові обличчя». Саме такі обставини в суспільстві й зумовили ідеальне підґрунтя для різкого злету абсолютно нової в політиці особи – керівника гумористичної студії Володимира Зеленського.

Варто наголосити, що пояснення і, власне, сама методика правління новообраного президента досить суттєво різнилася від тих інших риторик, з якими зіштовхувалися українці у попередні роки існування незалежної держави. Володимир Зеленський у своїй передвиборчій кампанії руйнує, здавалося б традиційні, канони політичних технологій, повністю змінює усталену манеру говоріння кандидатом у президенти. Так, ключове гасло його політичної кампанії – «Ні обіцянок, ні пробачень», тобто іншими словами, кандидат обіцяв виборцям нічого не обіцяти. Такою була політична виборча стратегія Володимира Зеленського, людини, що не мала ніякого (ні позитивного, ні негативного) досвіду в політиці. Напевно, саме це й унеможливило представлення ним чіткого пояснення щодо жодної важливої суспільної проблеми. Проте кандидат у президенти, маючи достатній професійний досвід коміка, жартував або зовсім уникав відповіді на ті питання, що уможливлювали б перехід частини поляризованого українського електорату на сторону іншого кандидата, чого не можна було допустити. Як побачили після виборів, українці отримали наче «народного» кандидата, якого вперше однаково підтримували й на Сході, і на Заході.

Однак тут варто звернути особливу увагу на те, що Володимир Зеленський та його команда змогли захопити електорат полярних регіонів України на свою сторону не об'єднавши країну, а тому, що його фрази та коментарі українські виборці спроможні були потрактовувати саме так, як вони того бажали самі, вкладаючи у слова власні смисли своєї когнітивної картини світу.

Саме цей період і можемо визначати в Україні як такий, що уможливив безліч дискусій, коли з'явилися різні смисли трактувань одних і тих же слів, найперше, його конкурентам, а також прихильниками, противниками, експертами, журналістами. Такий перебіг політичних дебатів зумовлював різкі ідеологічні протистояння.

Таким чином, Україна опинилася в ситуації, коли жодні логічні аргументи інших кандидатів, експертів не могли вплинути на емоційний порив тих, хто у словах Володимира Зеленського чув те, що хотів почути. Україна стала країною тотальної перемоги постправди.

Як не прикро констатувати, однак постправда «перемогла» навіть тоді, коли вже протягом шести років в Україні тривала війна, а збройні формування, підтримувані країною агресором, вели збройні дії в частині східних регіонів. Сьогодні – це вже повномасштабне вторгнення, захоплення значних територій, знищення інфраструктури, чисельні втрати, людські жертви.

Також, не менш важливим аспектом, на якому слід наголосити, є той, що Україна потерпає від агресивних інформаційних впливів країни-терориста, а медіаспільнота й влада не завжди спроможні адекватно реагувати на ці загрози.

Відтак, з початку передвиборчої президентської кампанії спостерігається постійне активне розгойдування українського інформаційного поля, а альтернативні факти, чутки, хибні трактування, відверті фейки стали невід'ємними компонентами. Тож можемо констатувати, що український електорат продемонстрував свою вразливість, ймовірно, через низький рівень медіаграмотності в Україні, низьку політичну культуру й культуру споживання медіаконтенту. Найбільш негативним у цій ситуації є те, що не тільки пересічні українці, але й фахівці-медійники продемонстрували свою нездатність до критичного мислення, відбору, аналізу та перевірки інформації, відрізнення фактів від брехні та маніпуляцій політиків, які ознаменували перемогу постправди в Україні.

Безперечно, кожна людина, хоче вона того чи ні, постійно намагається мати за орієнтир правду, бачити її у всіх сферах життя, проте сьогодні, яке характеризується швидким розвитком мультимедійних технологій та інформаційного перенасичення, демонструє іншу ситуацію, що обумовлює наше сприйняття й мислення – постправду. Відмітимо, вона диктує специфіку політичних, соціальних, моральних процесів у всьому світі. Кожна людина сьогодні керується У сучасній мозаїчній картині світу «відсутні міцні острівки істини як абсолютного переконання щодо відповідності нашим уявленням про дійсність, у якій поняття реального й віртуального, справедливого і оманливого, війни і миру стали розмитими, а досить часто їх не можна розрізнити» [1, с. 82].

Науковці наголошують на тому, що сприйняття дійсності людиною виникає просто так, а відповідно продукується й вибудовується саме тими, кому належить влада [37, с. 105]. У світі постправди, за умов вільного інтерпретування політиками дійсності або, взагалі, повна її підміна, суспільство опиняється у досить небезпечній ситуації, коли «сама демократія, а також політична спроможність ефективно вирішувати соціальні проблеми, включаючи глобальні виклики, що постають перед світом, знаходяться під загрозою політичних дебатів, у яких факти мають менше значення, ніж емоції та думки» [37, с. 103].

Не можна однозначно стверджувати, що явище постправди є досить новим та не мало місця в житті суспільства. Однак варто відмітити, що сьогодні воно вирізняється досить значимим масштабами.

Швидкий прояв таких змін, зокрема в українському суспільстві, зумовлений, найперше, кризою традиційного журналізму та класичних новинних медіа, водночас активне впровадження в життя суспільства такого явища як блогінг, також розвиток громадянського журналізму, активне використання для інформування різних платформ, зокрема соціальних мереж. Таким чином, сьогоднішнє суспільство потрапило в парадоксальну ситуацію, за якої правду не приховують, зазвичай на неї зменшується запит суспільства.

Журналісти мають відповідати, встановлювати нові правила як повідомляти про політичний дискурс постправди, але через відносну новизну поняття в професійному медіасередовищі лише починають випрацьовуватися варіанти реагування.

Також варто наголосити, що в сучасному світі, на відміну від минулої епохи, коли довіра вибудовувалася на фактах, фактуальність значно поступається місцем тлумаченням, інтерпретаціям, упередженням. Відтак, як про постправду можна говорити про ті твердження, «яких не торкаються раціональні аргументи, які тримаються та приймаються незалежно від (навіть проти) наявних доказів» [39]. Постправда існує, найперше, в інформаційному просторі, водночас звернена до емоцій, однак осторонь лишає раціональне мислення і фактичну реальність.

За таких ситуацій переплітається раціональне із ірраціональним, руйнуються міжособистісні відносини, прослідковується примітивізація та певне спрощення понять. Відтак, постправду часто співвідносять із популізмом.

До основних прийомів, якими користується постправда, можна віднести апелювання до емоцій; умисне замовчування об'єктивних фактів, подачу частки інформації; інформаційне перевантаження, трансляцію безперервного потоку новин; комбінування правди і брехні; поява інформації у потрібний момент; провокація бурхливої реакції аудиторії за допомогою «сенсаційного» смислового навантаження [6, с. 358].

Найбільш яскравими прикладами постправди можна вважати появу фейкових новин та «зростання кількості сентиментальних, а не аргументованих відповідей на політичні питання, на відміну від аргументованого аналізу» [40, с. 121]. Інші науковці про постправду говорять у зв'язку із фейковими новинами [26, 53, 58]. Як загальне поняття для кількох конкретних є «типи комунікації, заяви чи розповіді, усі з яких є підкласами оманливої комунікації» [36]. До цих типів науковець відносить дезінформацію, фейкові новини, чутки-бомби та брехню. Важливим є те, що

всі ці прояви є не випадковою, а стратегічною комунікацією, тобто постправа завжди передбачає цілеспрямоване викривлення фактів.

Постправа проявляється як недовіра до встановлених інституцій, включаючи уряд, наукові кола та науковий консенсус [16, с. 3], 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» [11, с.110], то постправа загрожує самій сутності демократії, водночас «шкодить здоров'ю демократичного суспільства» [41, с. 18], 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. Також науковці для позначення цього стану використовують поняття газлайтингу, коли нормальним людям під впливом тривалих інтенсивних маніпуляцій починає здаватися, що вони потроху втрачають розум, відмовляються вірити у раціональність власних суджень. Цього ефекту може досягнути політик, наприклад, хибно інтерпретуючи очевидні факти або роблячи заяви, а потім відмовляючись від власних слів. Таким чином спостерігачі (виборці, громадяни) виявляються настільки заплутаним, що «не знаючи, у що вірити, вони здаються, знизують плечима і за замовчуванням підпадають під чари газлайтера [політика-маніпулятора]» [45]. Широке розповсюдження фейків, альтернативних фактів, bullshit тощо на мікрорівні можна навіть розглядати як грубе порушення прав людини [45, с. 12].

Постправа – феномен, характерний для всіх країн. Але не всі вони спромоглися створити механізми та суспільні інститути для протидії. Демократичні країни розробляють систему противаг, 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 і пояснити її причини. Зокрема, провідний приватний університет в Україні у 2019 році ініціював широке наукове обговорення проблеми за участю експертів із України та інших країн Європи (Конференція, 2019).

Серед способів протистояння альтернативним фактам і фейковим новинам, у тому числі й серед студентів, дослідники найчастіше називають медіаграмотність і розвиток критичного мислення [20, 25, 28], зокрема й новинну грамотність [19] та цифрову медіаграмотність [46]. Необхідність розвитку медіаосвітніх технологій відстоюють і українські науковці, зокрема Н. Ткачова, Д. Стрельченко [13], Д. Бачинський [2], Н. Габор [4]. Важливо однак, щоб студенти отримували не лише навички аналізу текстів, але також і розуміння структур влади, які стоять за медіа, чиїм інтересам вони служать і які мають цілі.

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 [41, с. 11]. Навіть не даючи спеціальних знань, обговорення політики в навчальній аудиторії «допомагає їм [студентам] активізувати навички критичного мислення та виховувати повагу до різноманітних інтерпретацій» [38]. Також способом протистояння проявам постправди можуть бути програмні продукти, зокрема автоматичні системи для розпізнавання фейкових новин [24, 44, 51]. Для студентів, які мають відповідний попередній бекграунд, переважно вивчають суспільствознавство, навіть під час навчального процесу можна застосовувати елементи фактчекінгу [41, с. 11]. 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 та відбору надійних джерел.

Слід зауважити, що протягом останніх років в Україні рух із навчання фактчекінгу не лише журналістів, але й громадських активістів, викладачів

університетів, блогерів набув надзвичайно широкого розповсюдження. Це трапилося як реакція на інформаційну агресію Російської Федерації, якою та супроводжує військові дії на Сході України. Український інформаційний простір виявився слабким, незахищеним, українські наративи навіть в українських ЗМІ кілька років тому програвали потужним голосам Росії. Крім того рупорами Кремля в Україні були до повномасштабного вторгнення кілька найрейтинговіших політиків (зауважимо, проросійська партія була другою за кількістю фракцією в українському парламенті).

У цих умовах ще у 2014 році в Україні виникла група українських журналістів, які на волонтерських засадах розпочали масштабний проєкт із викриття та протистояння російській пропаганді StopFake [12, 34, 35]. Протягом наступних років з'явилося ще кілька доволі потужних ресурсів, які поєднують дебанкінг фейків, фактчекінг та журналістську аналітику або працюють як суто фактчекінгові проєкти (детально ці ініціативи описують, зокрема, Ю. Козир, А. Єніна [9], Ю. Кияшко [7]). Сьогодні журналісти цих проєктів працюють переважно також і як освітні, навчаючи як вузькі цільові так і широкі групи принципам роботи з фактами.

При цьому на фактчекінг в українському науковому й професійному журналістському середовищі покладаються великі (часом занадто?) надії на протистояння російській пропаганді, альтернативним фактам, які поширюють політики усіх флангів (від проросійського до проєвропейського), та фейкам різного походження. Загалом науковці позитивно оцінюють можливості фактчекінгу для освіти виборців, розширення їх знань [49], зазначають, що фактчекінг «має потенціал сприяти функціонуванню демократичних суспільств» [15], може стримувати поширення дезінформації політиками через страх збільшення репутаційних витрат [49]. Фактчекінг також оцінюється як практика пошуку правди «truth-seeking», яка успішно діє для демократичного контролю за американськими політиками [32-33]. При цьому окремі дослідження [30] показують, що більше впливають на думку аудиторії негативні перевірки (у яких політиків «спіймали» на неправді), аніж позитивні

(які підтвердили точність заяви). Фактчекінг розглядається як один із методів забезпечення прозорості європейської медіасистеми, що, відповідно до звіту Європейської комісії, є одним із п'яти кроків для боротьби з дезінформацією в Європі [14, с. 24–25].

Однак науковці мають і певні перестороги щодо фактчекінгу як ефективного методу боротьби з постправдою. Так, В. Хендрікс говорить про поняття відлуння віри, яке полягає в тому, що навіть коли чутки чи скандали були спростовані, вони однаково продовжують негативно впливати на сприйняття особи, яка була в їх центрі [37]. У цій ситуації фактчекінг може не лише не покращити ситуацію, але й грає на руку поширювачам неправди, «сприяє підвищенню актуальності проблеми» [17]. Схожу думку про ризики фактчекінгу висловлює й Е. Давіс [27], коли зазначає, що сам факт перевірки змушує засумніватися у викладених фактах, навіть якщо вони правдиві.

Крім того, сьогодні в умовах, коли реальність дуже часто є «повідомлена реальність» [45], тобто створюється кимось, переважно тим, хто має владу, для всіх інших, фактчекінг опиняється перед іще одним викликом. Поняття фактуальності саме по собі є досить неоднозначним, те, що вважається фактом, це осучаснений факт, що формується із певною специфічністю. А тому факт дуже легко може перестати бути таким, якщо руйнується система, що його породила. Відповідно, навіть методологічно точний і неупереджений в одних умовах фактчекінг завжди ризикує опинитися помилковим за інших умов.

Не завжди дієвим є фактчекінг і через особливості його аудиторії. Суть не лише в тому, що фактчекінгом більше цікавляться політично активні громадяни, які прагнуть отримати різнобічну інформацію. Оскільки перевірки займаються багато організацій, які використовують різні методики, по-різному інтерпретують факти, читачі без дуже вузьких спеціалізованих знань іноді ризикують опинитися в ситуації розгубленості, не розуміючи, кому із фактчекерів слід вірити, і «яку версію конкуруючих реалій схвалити» [47, с. 594]. На заваді прийняття результатів фактчекінгу

аудиторією можуть стояти й попередні установки читачів: найбільш переконані громадяни не будуть схильні змінювати свою позицію на основі навіть великої кількості перевірок [42, с. 126]. Такі журналістські матеріали більше будуть впливати на нейтральну, схильну до логічних міркувань аудиторію. Про те, що переконані (маються на увазі ті, хто вже сліпо вірить політику) громадяни схильні відстоювати свою позицію за будь-яку ціну, може свідчити опитування Rasmussen Reports. Воно встановило, що в США лише 29% виборців вірять медіа щодо перевірки коментарів кандидатів, при тому, що 62% схильні вважати, що новинні організації могли спотворювати факти, щоб допомогти кандидатам, яких вони підтримують [57]. Дослідження показало, що американські громадяни всіх демографічних категорій вірять, що медіа упереджено відбирають коментарі для фактчекінгу виходячи зі своїх політичних уподобань.

Важливо зазначити, що постправа як феномен є не лише політичним чи журналістським, але 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, але й громадянської участі, здатності відстоювати демократичні цінності. В умовах українсько-російської інформаційної боротьби українські журналісти дуже часто виявлялися й досі виявляються неготовими відрізнити фейки, поширюють відверто проросійські смисли, виголошені українськими політиками. За цих умов постає питання, чи готові університети готувати принципово нові, якісні кадри професійної журналістики, студентів, які готові відстоювати професійні стандарти, національні інтереси держави та дошукуватися правди в епоху постправа.

За сьогоднішніх умов викладачі мають не лише давати знання, «існує також потреба у з'ясуванні другого порядку, яке – крім передачі та посередництва вмісту – також надає інформацію про їх походження, як вони з'явилися, і яке рекламує раціональність у роботі у виборі вмісту» [39].

Фактично йдеться про те, що будь-яка вища освіта, навіть не журналістська, має розвивати критичне мислення студентів, а для цього вона має бути не лише «робочим навчанням», але «ширшим критичним порядком денним громадянства для демократії участі» [52, с. 565].

Університет має бути «практикою свободи» [31, с. 206], яка навчає студентів відповідальному громадянству, долає прірву між навчанням і практикою, а також розширює демократичні права та ідентичності. Сучасна педагогіка має бути тим засобом, який навчить студентів ставити питання, у тому числі й про причини виникнення воєн, нерівності, нагляду держави за громадянами [31, с. 211].

При цьому П. Стернс зазначає, що для досягнення основних цілей вищої освіти в сучасному хиткому світі критично важливою стає інтердисциплінарність, адже лише такий підхід дозволяє «адекватно познайомити учнів із тим, що відбувається в навколишньому світі, світом, у якому вони будуватимуть своє життя в майбутньому» [55, 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 в 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 дослідження К. Даєр, Р. Холл [29] показують здатність викладачів університетів помітно вплинути на уявлення студентів, зокрема, щодо псевдонаукових тверджень, сприяючи розвиткові критичного мислення, роль університетів в епоху постправди досі залишається незрозумілою – чи є вони причиною проблеми постправди, чи допомагають її вирішити [40, с. 122]. Ці побоювання особливо актуальні для України, адже тутешня система освіти досі залишається багато в чому пострадянською, де домінує дидактичних підхід, який «не стимулює ініціативності та наукової творчості. Тут панує

установка на монолог викладача, а не дискусійний формат занять; самодостатній характер лекцій; форми оцінювання, які не стимулюють праці студента впродовж семестру» [5, с. 17]. 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 отримати недоотримані навички через короткотермінові тренінги, семінари, літні школи – питання неоднозначне (саме через згадану вже потребу у системній гуманітарній освіті).

РОЗДІЛ 2

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ЧИННИК ЯКІСНОЇ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ

Аби з'ясувати, чи здатна система вищої освіти України забезпечувати медіасистему якісними професійними кадрами, готовими до політичної участі, відповідальності, відстоювання демократичних цінностей в умовах постправди й агресивних зовнішніх інформаційних впливів, було проведено два етапи експериментального дослідження. Для цього на матеріалі останньої політичної кампанії спробували перевірити, наскільки критично важливі, засадничі для майбутнього журналіста навички розрізнення правди, брехні та маніпуляцій, кращі (і чи кращі) у студентів-журналістів, порівняно зі студентами, які не отримують спеціальних знань щодо медіа.

Основними дослідницькими питаннями, які будуть розкриті у роботі, варто назвати такі:

- Наскільки студенти-журналісти та студенти інших спеціальностей схильні довіряти/не довіряти публічним заявам найбільш популярних політичних діячів.
- Чи існує залежність між рівнем довіри/недовіри та тим, за якою спеціальністю навчаються студенти.
- Чи сприяє додаткове опанування студентами-журналістами методикою фактчекінгу інформації краще розрізняти правду, маніпуляцію та неправду.
- Які маркери, критерії є визначальними для майбутніх журналістів та студентів інших спеціальностей, щоб оцінити інформацію як правду, маніпуляцію чи неправду.

У першу фазу дослідження учасники заповнювали опитувальники, у яких мали визначити, чи є політична заява правдивою, маніпулятивною або неправдивою.

У другу – отримані результати були обговорені у фокус-групі. Метою цього етапу було з'ясування мотивів відповідей, що надавалися на запитання анкети.

I. До дослідження були залучені студенти Сумського державного університету:

Частина учасників – це студенти, які навчаються за спеціальністю «Журналістика». Передбачалося, що вони завдяки отриманим знанням щодо стандартів журналістики, принципів роботи медіа здатні розрізняти маніпулятивні, фейкові, неправдиві повідомлення.

Також були залучені студенти спеціальностей економічного спрямування. Оскільки деякі цитати в анкеті пов'язані не лише із суспільною, але й з політико-економічною тематикою (у них уживаються терміни на зразок «ВВП» чи «валовий дохід»), передбачалося, що саме студенти-економісти здатні помітити маніпуляцію із цими поняттями.

Долученими до експерименту також були студенти-журналісти, які пройшли один або кілька тренінгів із методики фактчекінгу інформації. Такі тренінги в рамках освітніх проектів у Сумському державному університеті проводив медіаексперт, журналіст-практик, головний редактор українського фактчекінгового проекту «Без брехні».

Очікувалося, що ця група володіє найбільш дієвим інструментарієм викриття маніпулятивних та неправдивих новин, більшість студентів мали й досвід застосування методики фактчекінгу при проведенні власних журналістських розслідувань.

Вік усіх опитуваних коливається в межах сімнадцяти-двадцяти трьох років (від першого курсу бакалаврату до останнього курсу магістратури в українському університеті), при цьому 65,3 % учасників – у віці сімнадцять-вісімнадцять років (перший-другий курси бакалаврату). За статтю розподіл такий: 22,2 % – чоловіки, 77,8 % – жінки, що загалом відповідає гендерному складу студентів гуманітарних факультетів та факультетів соціальних наук в Україні.

До анкети були включені тези, висловлені політиками, які за даними соціологічних опитувань трьох провідних українських соціологічних служб (Соціологічна група Рейтинг, Київський міжнародний інститут соціології, Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва) мали найвищі рейтинги підтримки виборців. Планувалося обмежитися п'ятьма політичними фігурами, але оскільки існували невеликі розходження в даних соціологічних опитувань щодо 4-6-го кандидатів, то до опитування були включені всі лідери.

Включені до анкети тези були відібрані із публікацій порталу VoxCheck. Це провідний український ресурс, який займається фактологічною перевіркою політичної риторики, є підписантом Кодексу етики Міжнародної мережі фактчекерів інституту Рounter. Серед команди VoxCheck – науковці, економісти, фінансові експерти, юристи, більшість із яких – із європейською освітою і досвідом роботи в міжнародних компаніях. Портал працює за чіткою методикою перевірки політичних тез (жорсткі правила відбору тез, набір достовірних джерел для їх перевірки, кожна теза на етапі відбору оцінюється кількома експертами, після дослідження щонайменше два члени редакційної ради мають затвердити пропонований вердикт [3]).

У роботі VoxCheck послуговується вердиктами «Правда», «Технічна помилка», «Перебільшення», «Маніпуляція», «Неправда», також теза може бути залишена «Без вердикту». Щоб не заплутати опитуваних, до анкети були включені лише ті тези, які мали експертні висновки «Правда», «Маніпуляція» або «Неправда». Нами відібрано по одній тезі з різними вердиктами кожного із шести політиків (відповідно, загальна кількість тез – вісімнадцять). Кожну тезу учасники повинні були оцінити, тобто обрати один із трьох запропонованих вердиктів.

В інструктивній частині анкети для респондентів наведено критерії вердиктів, якими послуговується VoxCheck:

- Правда: Інформація правдива. Дані викладені у коректному контексті. Наведені дані можуть відрізнитися від правильних на 0-10%.

- Маніпуляція: Інформація/дані правдиві, але подані у спотвореному контексті або не повністю. Спікер намагається проілюструвати хибну ідею.

- Неправда: Інформація неправдива або наведені неправдиві дані, у тому числі дані, які більші/менші за правильні на > 20%.

Усі тези були анонімними, автор висловлювання не зазначався. При доборі цитат виключалися ті, що могли розкрити особистість політика, який її виголосив (згадка посади, яку обіймає політик, його попереднього досвіду, назви політичних партій або найбільш відомі, «фірмові», фрази).

Єдиний спосіб ідентифікації авторів, який не було усунуто, – мова тез (два із шести політиків є переважно російськомовними, тоді як решта в публічному просторі говорять українською). Усі цитати були наведені мовою оригіналу, 4 з них – російською, що могло підштовхнути до думки про їх авторів.

Опитування проведено з використанням паперового опитувальника. Усі результати опрацьовані за допомогою сервісів Google та програми Microsoft Excel.

II. Після опрацювання результатів анкетування було проведено фокус-групове інтерв'ю. Узяти участь запропоновано всім студентам першого етапу, близько двадцяти із них виявили зацікавленість. До фокус-групи нами було відібрано дев'ять студентів. Склад учасників фокус-групи формувався рівномірно: по три представники від кожної з груп першого етапу, з урахуванням гендерного балансу (чотири хлопці й п'ять дівчат), а також із максимальним залученням студентів різних курсів навчання (останнє було важливим і тому, що дозволяло уникнути ситуації, коли частина учасників добре знайома між собою, тоді як решта не знають інших і почуваються менш вільно при висловленні думок).

Сценарій фокус-групового дослідження передбачав обговорення таких питань: як самі учасники розуміють поняття «правда», «маніпуляція», «неправда», наскільки зрозумілими й корисними були для них визначення цих

понять безпосередньо в анкеті, наскільки можливим видається учасникам загалом провести межу між цими поняттями, наскільки важливою є особа автора висловлювання для ідентифікації правдивості/неправдивості тези. Подальше обговорення стосувалося тез конкретних політиків (по три цитати кожного): за якими ознаками можна ідентифікувати автора, чи змінюється сприйняття інформації, коли стає відомим його ім'я.

Експеримент забезпечив відповідні результати:

Під час аналізу результатів опитування не виявлено суттєвої різниці в кількості правильних відповідей, які дали респонденти з різних груп. Найвищий показник – тридцять чотири відсотки – показали ті, хто пройшли тренінги з методики фактчекінгу. Але результати двох інших груп різняться лише приблизно на два відсотки, що в масштабах нашої вибірки не може бути репрезентативним.

При цьому відзначаємо, що навіть за умови вгадування кількість правильних відповідей мала би бути близькою до тридцяти трьох відсотків (оскільки в кожному питанні було лише три варіанти відповіді). Фактично жодна з опитаних груп не показала результату, який би дозволяв говорити про вміння учасників розрізняти правдиві, маніпулятивні й неправдиві політичні заяви.

Суттєві відмінності фіксуємо лише в тому, як розподілилися відповіді респондентів за варіантами. Студенти, які пройшли принаймні один тренінг із фактчекінгу, помітно менше вибирають варіант «Правда» (на тринадцять-шістнадцять відсотків порівняно із двома іншими групами), а більше – «Маніпуляція» (на чотири-одинадцять відсотків) та «Неправда» (на чотири-дев'ять відсотків). Серед студентів, які пройшли тренінги, розподіл відповідей виглядає найбільш рівномірним, тоді як дві інші групи в половині або майже половині випадків вважали заяви, подані в анкеті, правдивими. Студенти-журналісти, які не проходили додаткових тренінгів, найменш схильні вважати політичні заяви маніпулятивними (лише приблизно кожен четвертий

опитаний), тоді як у двох інших групах понад третина опитаних зупинилася саме на такому варіанті відповіді.

Попри те, що тези в анкеті були анонімними, тобто респонденти не знали автора висловлювання, аналіз засвідчує суттєву різницю в кількості правильних відповідей відносно певних політиків. Так, для кандидата Анатолія Гриценка, який є відносно невідомою фігурою й серед решти кандидатів найменше коштів уклав у рекламу, кількість хибних оцінок щодо його заяв переважає кількість правильних відповідей на п'ятдесят чотири відсотки (три чверті опитаних помилилися, оцінюючи заяви Анатолія Гриценка). Натомість для добре відомого аудиторії кандидата Юрія Бойка, риторика якого зводилася до проросійських гасел і базувалася на критиці чинної на той час влади, показник переваги неправильних відповідей склав лише двадцять два відсотки. Серед решти спікерів Юрій Бойко вирізняється тим, що зберігає стійку риторику упродовж довгого часу (щонайменше останніх п'ятнадцять років), тому, можливо, аудиторії легше розрізнити, коли політик говорить правду, неправду, а коли маніпулює. Для обраного Президентом України Володимира Зеленського зафіксоване значна перевага хибних оцінок респондентів (на момент опитування кандидат лише три місяці як оголосив про плани йти в політику й майже не давав інтерв'ю). Попри те, що на боці Володимира Зеленського відверто виступав один із найбільших медіахолдингів країни, аудиторія, очевидно, ще не зовсім розуміла політичні принципи його передвиборчої кампанії.

Помітну різницю фіксуємо в розподілі варіантів відносно політиків. Щодо тез нині обраного Президента Володимира Зеленського респонденти найчастіше обирали варіант «Маніпуляція» і найменше – «Правда». Найчастіше як правдиві і найрідше як неправдиві оцінювали тези відомого й досить одіозного, на той момент опозиційного депутата, Олега Ляшка. Найчастіше варіант «Неправда» обирали щодо тез на той час чинного Президента Петра Порошенка. Очевидно, такі відповіді респондентів можна пояснити кризою довіри до влади, яка на той момент склалася в Україні:

чинний Президент, Парламент, Кабінет Міністрів мали рівень довіри нижчий за десять відсотків, тоді як різні фракції опозиції активно набирали рейтинги. Те, що серед лідерів за довірою респондентів не опинився нинішній Президент Володимир Зеленський спричинене, очевидно, тим, що його тези були занадто неоднозначними, заплутаними, а тому сприймалися понад половиною респондентів як маніпулятивні. Варто зазначити, що Україна традиційно досить розділена за політичними поглядами географічно. Тому Володимир Зеленський у своїй кампанії зробив ставку на те, щоб уникнути різких для будь-якого з регіонів висловлювань, лібералізував їх щодо своєї зовнішньо- та внутрішньополітичної позиції, тому його сприйняли як «свого» і на Сході, і на Заході.

Під час фокус-групової дискусії представники двох груп першого етапу дослідження зазначили, що зверталися до визначень понять “Правда”, “Маніпуляція” та “Брехня”, які були подані в описовій частині анкети. Так, студент-економіст зазначив, що наведені критерії дуже чіткі, він зважав на них при кожній відповіді на запитання. Студенти-журналісти зазначили, що до визначень понять зверталися, але рідше, бо вже знали їх раніше. Опитані, які проходили тренінги із фактчекінгу, вказали, що до визначень не зверталися, бо вони здалися обмеженими, особливо ж – визначення маніпуляції. Ці студенти вважали своє розуміння глибшим і повнішим.

Під час фокус-групи учасники також обговорили власні визначення понять. Серед відповідей:

- «Правда»: «щось без абстракцій» (студент-економіст); «інформація вже перевірена», «може, це щось і не на сто відсотків правдиве, але там великий відсоток достовірної інформації», «перераховані конкретні цифри, конкретні люди, факти, без оцінок» (студенти-журналісти); «це наша база, знання, які ми вже маємо», «щось, що адекватно звучить, не абсурдне, це чисті факти без емоцій» (студенти-«фактчекери»).

- «Маніпуляція»: «інформація нечітка, подані окремі фрагменти» (студент-економіст); «це може бути правда, але з користю для когось, емоційні

заклики, інформаційне перевантаження» (студентка-журналістка); «це ближче до неправди», «нас закидають цифрами, емоціями» (студенти-«фактчекери»).

- «Неправда»: «переважно це помилка, може, зумисна» (студент-економіст), «наприклад, нам кажуть, що виділили таку-то суму на ремонт дороги, а по факту дороги немає; тобто неправда – це явище очевидне, те, що ми бачимо на власні очі, знаємо з досвіду», «те, що викликає сумнів. Якщо так трапляється, явище треба проаналізувати, перевірити й тільки тоді робити висновки. Багато цифр можуть бути просто помилкові, це ще не неправда» (студенти-журналісти); «це інформація, яка не відповідає твоїй базі знань, іноді щось абсурдне» (студент-«фактчекер»).

Кардинально різнилися відповіді респондентів щодо того, чи легко їм було провести межу між правдою, маніпуляцією та неправдою під час заповнення анкети. Студенти економічного профілю визнали, що найважче відрізнити правду, бо в Україні журналісти її зазвичай приховують, переважно поширюють фейки й брехню (при цьому нагадаємо, що група студентів-економістів на першому етапі майже половину тез анкети вважала правдою). Студенти-журналісти зазначали, що межу провести досить легко, бо поняття надто несхожі між собою, висловлювали досить велику впевненість у тому, що змогли правильно ідентифікувати заяви. Студенти, які пройшли тренінги з фактчекінгу, зазначали, що межа досить розмита, те, що здається неправдивим, може виявитися правдою, і навпаки. Крім того, десь посередині між правдою й неправдою стоїть маніпуляція, що ще більше ускладнює пошук правильної відповіді. При цьому один із представників групи висловив дуже показову думку: «Здавалося, що в анкеті все неправда, бо краще не повірити, ніж попастися [на гачок маніпуляцій і неправди]».

Щодо того, чи важливо знати автора висловлювання, щоб визначити його (висловлювання) правдивість/хибність, думки учасників фокус-групи розділилися незалежно від спеціальності, яку вони опановують.

Наприклад, один зі студентів-економістів на питання про те, чи важливо знати автора, відповідає: «Так. Якщо знаєш, хто автор, то не вибереш [його

цитату як правдиву]», а інший має протилежну позицію: «На мене автор не впливає, важливі цифри». Таке ж розділення думок фіксуємо й у студентів-журналістів: «Якщо політика підтримую, то його особа важлива, дуже впливає», «Навіть якщо політика підтримую, то не обов'язково повністю довіряю». Одностайними були лише студенти-«фактчекери», найпоказовішим їх поясненням є твердження: «Автор не важливий, треба аналізувати незалежно від особистостей».

При цьому під час обговорення фраз окремих політиків усі учасники фокус-групи демонстрували точки дотику в тому, що найпростіше розрізнити правду/маніпуляцію/неправду, виголошену чинним тоді Президентом Петром Порошенком, бо, як висловився один із опитаних, «[Порошенко] спирається на вигідні йому дані, добре відомі аудиторії меседжі». Примітно, що під час фокус-групового обговорення учасники майже безпомилково давали правильні вердикти висловлюванням П. Порошенка при тому, що в анкетуванні цей показник суттєво не відрізнявся від показника для інших політиків. Показовим також є те, що учасники одразу зрозуміли автора цитат за їх тематикою й риторикою, бо, на думку одного з опитаних, «ніхто інший не сказав би такого».

Під час проведення опитування фокус-групи учасникам було найскладніше розрізнити правдивість тез чинного нині Президента, а на той момент коміка й лише три місяці як політика Володимира Зеленського, а також багаторічного «середняка» української політики, екс-міністра оборони Анатолія Гриценка. Авторство цитат Володимира Зеленського учасники змогли ідентифікувати лише через їх російськомовність. Більшість опитаних сходилися на тому, що правдивість чи неправдивість тез майже неможливо визначити, бо всі вони «однакові», «усе, як наче маніпуляція», «він якийсь непевний у всіх висловлюваннях».

Анатолій Гриценко залишився єдиним із політиків, чиє авторство студенти не змогли визначити. Очевидно, тому що політик був мало активним у цифровому середовищі, основний його електорат – люди старшого віку, для

молоді його риторика є малознайомою. При цьому щодо вердиктів ситуація виглядає кращою: студенти легко й правильно ідентифікували правдиве висловлювання політика (воно стосувалося армії, а в цій темі, очевидно, колишній міністр оборони виглядає для аудиторії експертним і переконливим).

Під час обговорення учасники попри декларовану критичність кілька разів відверто демонстрували своє упереджене ставлення до політиків, наприклад: «Тимошенко все маніпулює», «Тимошенко бреше, їй я не вірю», «Усе неправда, Юлі не віряться» (щодо інших політиків такі оцінні судження не зафіксовані).

Загалом під час обговорення учасники переважно називали правдивими ті тези, які здавалися їм «простими», «[такими, що] легко читаються», «вже знайомі». Маніпулятивність висловлювань обґрунтовували тим, що «теза б'є на хворі для суспільства точки», у ній «немає логіки», «чувається подвох», «формулювання невпевнені», «що це за оцінні судження?». Те, чому тези здаються неправдивими, студенти пояснювали так: «а правду не схоже, на маніпуляцію теж», «дуже багато наговорено, складно розібратися», «це якісь дивні речі», «всі знають, що це не так».

Важливим є те, що учасники, навіть знаючи, що одна із тез точно неправдива, переважно намагалися уникнути цього вердикту: більшість легко висувала варіанти щодо того, яка із фраз є або правдою, або маніпуляцією, але при відповіді на питання ведучого фокус-групи на зразок: «Якщо А – правда, С – маніпуляція, то В – неправда?» – учасники намагалися уникнути такого вердикту, бо «потрібно для початку все перевірити» (студентка-журналістка), «складно так сказати, не знаючи точно, що написано в статуті НАТО» (студент-журналіст), «ми не обізнані з цією темою» (студент-«фактчекер»).

Під час фокус-групового опитування студенти оцінювали свої знання, навички критичного аналізу інформації досить високо. При цьому більшу впевненість висловлювали студенти двох груп, які навчаються на спеціальності «Журналістика».

Однак на практиці представники всіх трьох груп продемонстрували приблизно однаковий рівень розуміння проблеми. Навіть студенти, які мають високий рівень медіаграмотності, схильні оцінювати правдивість висловлювань за тим, легким чи складним для сприйняття воно є, знайомим чи незнайомим. Можливо, студенти-журналісти мають вищу культуру роботи з інформацією, здатні краще перевіряти дані, відрізнити надійні й ненадійні джерела (що не перевірялося в нашому дослідженні), але коли вони опиняються в ситуації споживачів інформації, їх знання й навички не допомагають їм бути більш захищеними за інших.

ВИСНОВКИ

Сьогодні простежується співвіднесення постправди з популізмом. Підсумовуючи результати наукових розвідок, можна означити, що ключовими методами, якими послуговується постправда, є апелювання до емоцій споживача інформаційних повідомлень; умисне і необґрунтоване замовчування фактів, подання часткової інформації; перевантаження медіаповідомленнями, безперервну трансляцію новин; поєднання правди і брехні; подання інформації у визначений момент; формування емпатійної реакції аудиторії. Найпоширенішими прикладами постправди є транслювання фейкових новин.

Сучасна освітня система, починаючи зі шкільної, зорієнтована на медіаграмотного, з критичним мисленням споживача освітніх послуг. Сьогодні в освітні навчальні плани, шкільні та університетські, впроваджуються спецкурси чи окремі дисципліни з медіаграмотності. Такий підхід до медіаосвіти мав би показувати позитивні результати. Проте варто зазначити, що в Україні курси з медіаграмотності запроваджують не у всіх закладах вищої освіти і, тим більше, не на всіх спеціальностях. Відмітимо, що навіть більшість кафедр журналістики українських університетів не мають курсів медіаграмотності, на інших спеціальностях – немає зовсім. Сьогодні покладаємося на неформальну медіаосвіту 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 [60].

Серед учасників експерименту були студенти-журналісти, які мали певні знання з медіаграмотності: розумілися на стандартах журналістики, маніпуляції і її видах, пропаганді тощо. Учасники цієї групи з базовою підготовкою мали високі шанси правильно визначити суть наведених у анкеті висловлювань.

Активні студенти СумДУ, учасники опитування, взяли участь у тренінговій програмі з фактчекінгу. Ми сподівалися, що ця група є найбільш мотивованою, а їхні відповіді в анкетах будуть найближчими до істини.

Проте проведене анкетування показало інші результати. Відповіді цих студентів були наближеними до тих, які вказали студенти економічних спеціальностей, які ніколи не відвідували курсів з медіаграмотності і під час заповнення анкети послуговувалися лише наведеними в анкетах тлумаченнями щодо розрізнення правди, маніпуляції, неправди.

Отже, практика фактчекінг-тренінгів не завжди сприяє правильному розумінню та розрізненню поданої інформації. Це свідчить про те, що в епоху постправди будь-які форми роботи з інформацією залишаються під сумнівом щодо їхньої ефективності використання. Дезорієнтованість студентів у чіткому розрізненні повідомлень щодо правдивості чи маніпуляції й неправди є значним недоліком.

Таким чином, моніторинг отриманих результатів засвідчив необхідність у ЗВО провадити роботу щодо формування навичок *soft skills* задля розвитку практичних і соціальних навичок майбутніх фахівців у сприйнятті будь-якої інформації. Дослідження є значущим з практичної точки зору, адже допоможе сформулювати рекомендації щодо покращення вмінь розрізняти правду, маніпуляцію, брехню в потоці інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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. Бачинський Д. Медіаосвіта в системі сучасних закладів освіти: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. Кам'янець-Подільський, 2018. Вип. 25. Ч. 1. С. 19–24. URL : <http://pedosv.kpnu.edu.ua/article/view/150919>.
3. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро: ЛПРА, 2017. 133 с.
4. Габор Н. Журналістська освіта епохи WEB.3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2018. Вип. 43. С. 273–279. URL : http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Visnyk-43_print.pdf#page=273.
5. Добко Т. Intellectual and University: Obscurantism or Culture of Intellect? Інтелектуал та університет: обскурантизм чи культура інтелекту? *The Ideology and Politics Journal*. 2012. Вип. 2. С. 7–22. URL : http://ideopol.org/wp-content/uploads/2014/03/5_ENG-ED-Final-Dobko.pdf
6. Додонова В. Популізм і постправда як складові виборчого процесу в Україні. *Київські філософські студії-2019*: матеріали наук. конф. м. Київ, 16-17 травня 2019 р. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2019. С. 355–360. URL : http://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2019/05_16_zbirnyk_kfs.pdf.
7. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 28–35. URL :

<http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9976>.

<http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf>.

8. Конференція «Digital-комунікація в епоху постправди: реалії та виклики» (2019). Магістерська програма з медіакомунікацій УКУ. URL : <http://media.ucu.edu.ua/projects/konferentsiya-digital-komunikatsiya-v-epohu-postpravdy-realiyi-ta-vyklyky/>.

9. Козир Ю., Єніна А. Громадські факт-чекінгові проекти: засоби реалізації європейських цінностей в українській медіа сфері. *Образ*. 2017. Вип. 4. С. 45–54. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2017_4_7.

10. Островська Н. В., Єськова К. В. Особливості формату українських фактчекінгових проектів. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. К. 2018. Т. 7. С. 43–51.

11. 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>.

12. Табінський Я. Маніпуляція у фотожурналістиці під час інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 2019. Вип. 45. С. 90–99. URL : <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9989>
<http://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf>.

13. Ткачова Н. О., Стрельченко Д. В. Про практичну реалізацію моделі формування самоосвітньої компетентності студентів гуманітарних спеціальностей на основі медіаосвітніх технологій. *Педагогіка та психологія*. Харків. 2018. Вип. 60. С. 109–119. URL : <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/pedagogy/article/view/1697>.

14. *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation* (2018). Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2759/739290

15. Aird, M. J., Ecker, U. K., Swire, B., Berinsky, A. J., & Lewandowsky, S. (2018). Does truth matter to voters? The effects of correcting political

misinformation in an Australian sample. *Royal Society open science*, 5(12), doi: 10.1098/rsos.180593 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6304148/>

16. Bacon, C. K. (2018). Appropriated literacies: The paradox of critical literacies, policies, and methodologies in a post-truth era. *Education Policy Analysis Archives*, 26(147). <http://dx.doi.org/10.14507/epaa.26.3377>
<https://epaa.asu.edu/ojs/article/view/3377>

17. Barrera, O., Guriev, S., Henry, E., & Zhuravskaya, E. (2018). Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics (No. 12220). CEPR Discussion Papers. <https://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/barrera-rodriguez-oscar-david/ssrn-id3004631.pdf>

18. Barton, C. C. (2019). Critical Literacy in the Post-Truth Media Landscape. *Policy Futures in Education*. <https://doi.org/10.1177/1478210319831569>

19. Bonnet Jennifer L., Rosenbaum Judith E. (2019) “Fake news,” misinformation, and political bias: Teaching news literacy in the 21st century. *Communication Teacher* 0:0, 1–6.

20. Buckingham David (2019) Teaching media in a ‘post-truth’ age: fake news, media bias and the challenge for media/digital literacy education, *Cultura y Educación*, 31:2, 213–231, DOI: 10.1080/11356405.2019.1603814

21. Bufacchi, V. (2021). Truth, lies and tweets: A Consensus Theory of Post-Truth. *Philosophy & Social Criticism*, 47(3), 347–361. <https://doi.org/10.1177/0191453719896382>.

22. Capilla, P. (2021). Post-Truth as a Mutation of Epistemology in Journalism. *Media and Communication*, 9(1), <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3529>.

23. Chinn, C. A., Barzilai, S., & Duncan, R. G. (2021). Education for a “Post-Truth” World: New Directions for Research and Practice. *Educational Researcher*, 50(1), 51–60. <https://doi.org/10.3102/0013189X20940683>.

24. Conroy, N. J., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015) Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for*

Information Science and Technology, 52(1), 1–4.

<https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010082>

25. Cooke, Nicole A. (2018) *Fake news and alternative facts: Information literacy in a post-truth era*. American Library Association, 2018.

26. Corner, John. (2017). Fake news, post-truth and media–political change. *Media, Culture and Society*, Vol. 39(7), p. 1100–1107

27. Davis, E. (2017). *Post-truth: Why we have reached peak bullshit and what we can do about it*. Little, Brown Book Group.

28. Dell, Marin, Fake News, Alternative Facts, and Disinformation: The Importance of Teaching Media Literacy to Law Students (November 5, 2018).

Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3002720>

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3002720> SSRN Electronic Journal ·

29. Dyer, K. D., & Hall, R. E. (2019). Effect of critical thinking education on epistemically unwarranted beliefs in college students. *Research in Higher Education*, 60(3), 293–314. <https://doi.org/10.1007/s11162-018-9513-3>

30. Fridkin, K., Kenney, P. J., & Wintersieck, A. (2015). Liar, liar, pants on fire: How fact-checking influences citizens' reactions to negative advertising. *Political Communication*, 32(1), 127–151.

31. Giroux, H. A. (2018). What Is the Role of Higher Education in the Age of Fake News?. In In: Peters M.A., Rider S., Hyvönen M., Besley T. (eds) *Post-Truth, Fake News*. (pp. 197–215). Springer, Singapore.

32. Graves, L. (2017). Anatomy of a fact check: Objective practice and the contested epistemology of fact checking. *Communication, Culture & Critique*, 10(3), 518–537. <https://doi.org/10.1111/cccr.12163>

33. Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. Columbia University Press.

34. Haigh, M., Haigh, T., & Kozak, N. I. (2018). Stopping fake news: The work practices of peer-to-peer counter propaganda. *Journalism studies*, 19(14), 2062–2087.

35. Haigh, M., Kozak, N. I., & Haigh, T. (2016, August). The Social Study of Information Work: StopFake. org and Ukraine's Online War with Russia. In *Proceedings of the Annual Conference of CAIS/Actes du congrès annuel de l'ACSI*. <https://journals.library.ualberta.ca/ojs.cais-acsi.ca/index.php/cais-asci/article/viewFile/900/809>
36. Harsin, J. (2018). Post-truth and Critical Communication Studies. Oxford Research Encyclopedia of Communication, (December). <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>
37. Hendricks Vincent F., Vestergaard Mads. (2019) *Reality Lost. Markets of Attention, Misinformation and Manipulation*. Springer, Cham
38. Hobbs Renee (2017) Teaching and Learning in a Post-Truth World, *Educational leadership*, 75(3), 26–31 http://www.ascd.org/publications/educational_leadership/nov17/vol75/num03/Teaching_and_Learning_in_a_Post-Truth_World.aspx
39. Horsthemke, Kai. (2017). ‘# FactsMustFall’?—education in a post-truth, post-truthful world. *Ethics and Education*, 12(3), 273–288. <https://core.ac.uk/download/pdf/95372308.pdf>
<http://dx.doi.org/10.1080/17449642.2017.1343620>
40. Hyvönen, Mats. (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*. (pp. 121–132). Springer, Singapore.
41. Journell, Wayne. (2017) "Fake news, alternative facts, and Trump: Teaching social studies in a post-truth era." *Social studies journal* 37.1: 8–21.
42. Journell, Wayne. (2018) Civic education in a post-truth society. In: Clabough J., Lintner T. (eds) *No Reluctant Citizens: Teaching Civics in K-12 Classrooms*. (pp. 113–130). Information Age Publishing, Charlotte, NC.
43. Kalorth, Nithin, Verma, Manish (2018) Anatomy of Fake News: On (Mis)information and Belief in the Age of Social Media, *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 8, Year 4, 9–14. <https://www.amity.edu/gwalior/JCCC/pdf/JCCC-16012019-9-14.pdf>

44. Kanozia, Rubal (2019) Analysis of Digital Tools and Technologies for Debunking Fake News, *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 9 Year 5, 114–122, <https://www.amity.edu/gwalior/JCCC/pdf/JCCC%20June%202019%20Final-114-122.pdf>
45. Keane, John (2018). Post-truth politics and why the antidote isn't simply 'fact-checking' and truth. *The Conversation*. March 23. <https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364>
46. Lee, Nicole. M. (2018). Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. *Communication Education*, 67(4), 460–466.
47. Marietta, M., Barker, D. C., & Bowser, T. (2015, December). Fact-checking polarized politics: Does the fact-check industry provide consistent guidance on disputed realities?. In *The Forum* (Vol. 13, No. 4, pp. 577–596). De Gruyter. <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2016/02/Marietta-Barker-Bowser-2015-Forum.pdf>
48. Michailidou, A., & Trenz, H.-J. (2021). Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: from truth keepers to truth mediators. *Media, Culture & Society*, 43(7), 110–134. www.amazoniainvestiga.info ISSN 2322 – 6307. 1340–1349. <https://doi.org/10.1177/01634437211040669>.
49. Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). Estimating fact-checking's effects: Evidence from a long-term experiment during campaign 2014. Arlington, VA: American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf>
50. Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). The effect of fact-checking on elites: A field experiment on US state legislators. *American Journal of Political Science*, 59(3), 628–640. <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fact-checking-elites.pdf>
51. Pandey, Neha (2018) Fake news – a manufactured deception, distortion and disinformation is the new challenge to digital literacy. *Journal of Content*,

Community & Communication, Vol. 8 Year 4, 15–21.

<https://www.amity.edu/gwalior/JCCC/pdf/JCCC-16012019-15-21.pdf>

52. Peters, Michael A. (2017) Education in a post-truth world, *Educational Philosophy and Theory*, 49:6, 563–566, DOI: 10.1080/00131857.2016.1264114

53. Rochlin, N. (2017), "Fake news: belief in post-truth", *Library Hi Tech*, Vol. 35. No. 3, 386–392. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>.

54. Romano, Angela (2017) Asserting Journalistic Autonomy in the 'Posttruth' Era of 'Alternative Facts': Lessons from Reporting on the Orations of a Populist Leader. *Asia Pacific Media Educator*, 27(1), 51–66.

55. Stearns, Peter N. (2012) Globalizing Higher Education: a global challenge. *The Ideology and Politics Journal*, (2), 14–18. http://ideopol.org/wp-content/uploads/2014/03/3_ENG-ED-Final-Stearns.pdf

56. Theodosiadou, S., Spyridou, P., Nikos, P., Milioni, D. L., & Venetia, P. (2021). Journalism education in the post-truth era: an exploration of the voices of journalism students in Greece and Cyprus. *Media Practice and Education*, 22(4), 277–291.

57. Voters Don't Trust Media Fact-Checking (2016) Rasmussen Reports http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/general_politics/september_2016/voters_don_t_trust_media_fact_checking

58. Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

59. Yevtuchenko O., Kovalova T. (2019). Media education for future media professionals: designing and implementing a training programme. *Advanced Education*. Kyiv : Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Publishing house «Polytechnika», Vol 12. P. 94–104.

60. Yevtushenko O., Kovalova T. (2022). Overcoming the challenges of post-truth in modern socio-cultural communication. *Obraz*, Vol.1 (38). P. 112–119. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.1\(38\)-112-119](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.1(38)-112-119).

61. Yevtushenko O., Kovalova T., Sadivnychy V., Zhylenko I., & Bondarenko O. (2022). Overcoming Post-truth Challenges: Is journalism education successful in Ukraine?. *Amazonia Investiga*, 11(57), 100–110. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.57.09.11>.