**Роль медіа у провокуванні конфліктів**

*Завдання для учнів:*

Визначити, які з наведених прикладів мають більше шансів стати новиною:

- пересічне життя пересічної людини;

- екстраординарна подія у житті пересічної людини;

- пересічний одружений чоловік, який має семеро дітей;

- жінка, яка була тричі заміжня;

- досвідчений касир, який 30 років працює у банку;

- досвідчений касир, який поцупив у банку 1000000 гривень;

- пересічна людина похилого віку;

- людина похилого віку, яка прожила понад 100 років.

**Маніпуляція в медіа**– це техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до тієї або іншої проблеми/особи/явища.

**Фейк** – це підробка у широкому сенсі.

Сьогодні «фейками» називають:

1) підроблені фотографії чи відеоролики;

2) фальшиві новини, які не всі здатні відрізнити від правди;

3) сторінки в соціальних мережах, створені від імені інших осіб (як правило, відомих людей).

### «Мова ворожнечі» - це зміст того чи іншого повідомлення, що свідомо чи підсвідомо програмує людину на агресію; це мова нетерпимості, спрямована на сприйняття відмінностей, притаманних для інших людей.

### Основні ознаки «мови ворожнечі»:

### - емоційність;

### - дегуманізація (людина зображується як тварина, неприємна істота);

### - поширення негативних стереотипів тощо.

### За даними соціологів, найчастіше об’єктами цькування медіа стають:

### - представники ромської національної меншини;

### - люди африканського походження;

### - люди нетрадиційної сексуальної орієнтації (ЛГБТ);

### - представники єврейської національності;

### - люди мусульманського віросповідання;

### - жінки.

### Техніки мови ворожнечі

У мові ворожнечі, як і в будь якій полеміці, застосовуються певні техніки.

1. **Просування на перший план:** використання та цитування різних джерел, як то старі визначення, вибіркові судження, використання метафор «ми проти ненависті, але..
2. **Освіта:** більшість змісту представляють як освітній і такий , що містить наукові докази, факти та логічне виправдання.
3. **Заперечення:** заперечувати проблему висловами «ніхто не дискримінує ЛГБТ» або «не було Холокосту».
4. **Псевдо-наука:** використання «фактів», теорій та наук, які насправді не мають наукового підтвердження.
5. **Розбудова солідарності групи:** заклики захистити групи (наприклад «ми маємо зберегти білу расу» тощо).
6. **Історії героїв:** представлення лідерів груп ненависті як героїв, прославляння носіїв мови ворожнечі.
7. **Тактики страху:** створення атмосфери та апелювання, що мова ворожнечі націлена на небезпечних об’єктів, як можуть зруйнувати існуючу систему цінностей.
8. **Символи ненависті:** використання візуальних символів для побудови солідарності та емоційного змісту.
9. **«Іншування»**: бачення інших як чужаків, дегуманізація «інших».
10. **Апелювання до релігії:** ескалація протистояння між релігіями та твердження, що релігійна догма застосовується до кожного.

**Поради від професора Георгія Почепцова, експерта з питань масової комунікації**

* Перевірка фактів з альтернативних джерел. Однак населення не дуже любить перевіряти в принципі. Це порада тільки для активного прошарку цього населення. Більше того, пропаганда часто базується на правдивих фактах, вона тільки підсилює потрібні для себе характеристики і применшує непотрібні.
* Довіряйте авторитетним нейтральним джерелами. Наприклад, за радянських часів всі слухали BBC, розглядаючи цю радіостанцію як джерело заслуговує довіри.
* Доброю ознакою є відсутність емоційних перекосів в освітленні. Коли ж вони присутні, градус спору завищений, є варіант того, що перед нами пропагандистський матеріал.
* Мова ненависті ніколи не може бути мовою об'єктивного викладу фактів. Тому використання негативу, особливо по відношенню до цілій країні, етнічної групи відразу повинні сигналізувати про пропагандистських цілях.
* Намагайтесь знизити емоційність сприйняття, нагадуючи собі: всі прагнуть до своїх цілей і спеціально фільтрують таким чином інформацію.
* Пошукайте ще хоча б одне джерело, яке пропонує інший погляд на події.
* Не шукайте підтвердження власної точки зору, а вчитуйтесь в чужу, щоб витягти звідти шматочки правди. Будьте недовірливими скептиками.

 **Домашнє завдання**

Проаналізуйте вечірні новини на головних каналах України на наявність у них маніпуляцій та прихованої реклами. Свої спостереження обґрунтуйте конкретними прикладами.