

Модуль 2 (Частина 3)

Наративи цифрових медіа та сприяння транскордонному діалогу

*Розроблено Outside Media &
Knowledge*



www.includememedia.eu

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, розміщуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.

М2 Частина 3 – Ключовий напрям 3

Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європи



www.includememedia.eu

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Будь ласка, друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, друкуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.

Модуль 2

Медіа-нарративи та транскордонний діалог

Цей модуль досліджує, як цифрові медіа впливають на регіональні нарративи та міжкультурне розуміння в об'єднаній Європі.

МОДУЛЬ 2 (Частина 1)

Тема 1



Транскордонна журналістика та сторітелінг – об'єднання різноманітних поглядів

Розглядає, як цифрові платформи допомагають громадам долати наслідки конфліктів, відновлювати довіру та сприяти діалогу для підтримки довгострокового миру та співпраці.

МОДУЛЬ 2 (Частина 2)

Тема



Роль цифрових медіа у протидії дезінформації в європейському політичному дискурсі

Розглядає, як дезінформація поширюється через кордони, які ризики вона становить для згуртованості та демократії, а також які інструменти використовуються для боротьби з нею.

МОДУЛЬ 2 (Частина 3)

Тема 3

Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європі

Аналізує, як мігранти та різноманітні культури подаються у цифрових нарративах – і інклюзивний сторітелінг може протидіяти упередженості.

МОДУЛЬ 2 (Частина 4)

Тема 4



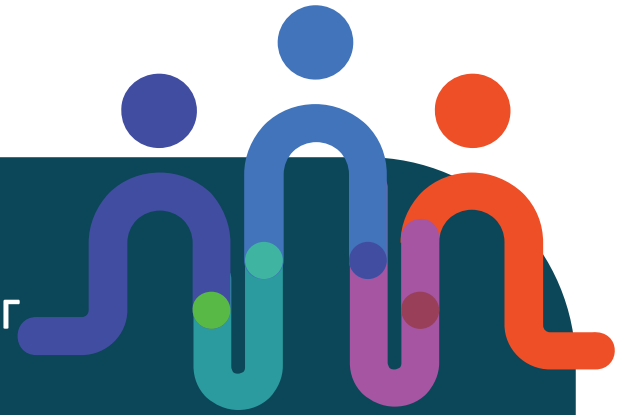
Вплив цифрових медіа на регіональну ідентичність та європейську інтеграцію

Розглядає, як онлайн-медіа формують місцеву ідентичність та європейську приналежність, а також чи об'єднують вони спільноти чи роз'єднують їх.

ВИ ЗНАХОДИТЕСЯ
ТУТ



Коротко про модуль 2



Ключовий напрям: Медійні наративи та транскордонний діалог

Мета: Зосереджується на тому, як цифрові медіа можуть долати регіональні, культурні та національні розбіжності, сприяючи етичному сторітелінгу, боротьбі з дезінформацією та посиленню голосів, що недостатньо представлені в Європі. Цей модуль досліджує, як цифровий сторітелінг – за умови дотримання етичних принципів та інклюзивності – відіграє потужну роль у формуванні публічних наративів про міграцію, мультикультуралізм, ідентичність та європейську інтеграцію. Він аналізує, як медіафахівці, освітяни та молоді творці можуть співпрацювати, щоб протистояти шкідливим стереотипам, переосмислити регіональні ідентичності та побудувати транснаціональне взаєморозуміння.

Ключові слова: транскордонна журналістика, цифровий сторітелінг, регіональна ідентичність, мультикультурні наративи, європейська інтеграція, дезінформація, дискурс про міграцію, етичні медіапрактики, участь молоді в медіа, міжкультурний діалог, публічна сфера, громадська довіра



Огляд модуля

Цей модуль досліджує, як цифрові медіа впливають на регіональні наративи та міжкультурне розуміння в об'єднаній Європі. Він вивчає, як журналісти, освітяни та представники громадянського суспільства використовують медіа для:

- подолання національних та регіональних розбіжностей,
- боротьби з дезінформацією та ексклюзивними наративами,
- відображення мультикультурних реалій,
- сприяння створенню демократичного та інклюзивного цифрового простору

01

Транскордонна журналістика та сторітелінг — об'єднання різноманітних поглядів

Досліджує, як транснаціональний сторітелінг сприяє розвитку емпатії, протидіє ізольованим наративам та сприяє формуванню спільного суспільного розуміння.

02

Роль цифрових медіа у боротьбі з дезінформацією в європейському політичному дискурсі

Досліджує, як дезінформація поширюється через кордони, які ризики вона становить для згуртованості та демократії, а також які інструменти використовуються для боротьби з нею.

ВИ ТУТ

03

Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європі

Аналізується, як мігранти та різноманітні культури подаються у цифрових наративах, а також як інклюзивний сторітелінг може протидіяти упередженості.

04

Вплив цифрових медіа на регіональну ідентичність та європейську інтеграцію

Відображає як онлайн-медіа формують місцеву ідентичність та європейську приналежність, а також про те, чи об'єднують вони спільноти, чи роз'єднують їх.



Огляд модуля

За допомогою практичних прикладів, цифрових інструментів та творчих медіа-практик слухачі проаналізують потенціал **транскордонного сторітелінгу**, оцінять ризики, пов'язані з **фрагментацією чи поляризацією ЗМІ**, а також дослідять, як регіональні ідентичності можуть співіснувати з більш широким почуттям європейської приналежності.





02 **Сторінка 5**
Огляд модуля



04 **Сторінка 11**
Тема 3
Висвітлення
міграції та мульти-
культуралізму в ЗМІ

Модуль 2: Наративи цифрових медіа та сприяння транскордонному діалогу




01 **Сторінка 4**
Короткий опис
модуля



03 **Сторінка 9**
Результати
навчання



Модуль 2 (Частина 3) Елементи інтерактивного навчання

-  **51** Слайд
-  **02** Вправи
-  **02** Мультимедіа
-  **03** Практичних приклади

-  **05** Цифрових інструментів
-  **05** Позитивних змін
-  **05** Інструментів / Рекомендацій

Результати навчання

Тема 1: Транскордонна журналістика та сторітелінг — об'єднання різноманітних поглядів

- Визначити, як практики спільного сторітелінгу між країнами сприяють розширенню медіа-плюралізму та покращенню громадянського розуміння.
- Проаналізувати приклади, коли транскордонна журналістика викривала правду, руйнувала стереотипи або надавала людського виміру складним проблемам.

Тема 2: Роль цифрових медіа у боротьбі з дезінформацією в європейському політичному дискурсі

- Дослідити, як дезінформація поширюється на транснаціональному рівні та впливає на демократичний дискурс і довіру громадськості.
- Вивчити цифрові інструменти, партнерства та стратегії, що протидіють дезінформації та сприяють стійкості онлайн-спільнот.

Результати навчання

Тема 3: Зображення міграції та мультикультуралізму в Європі через ЗМІ

- Критично оцініть, як міграція та мультикультуралізм зображуються в цифрових та соціальних медіа в різних європейських контекстах.
- Розробіть інклюзивні медіапрактики та рекомендації, що сприяють людиноцентричному та нюансованому сторітелінгу.

Тема 4: Вплив цифрових медіа на регіональні ідентичності та європейську інтеграцію

- Оцініть, як цифрові простори одночасно зміцнюють та переформатують регіональні, національні та європейські ідентичності.
- Поміркуйте над тим, як цифровий сторітелінг може налагоджувати зв'язки між культурами та сприяти більшій інтеграції Європи.

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму в
Європі





Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі

Чому висвітлення у ЗМІ важливе

Те, як ЗМІ зображують міграцію та мультикультуралізм, має глибокий вплив на суспільну думку та соціальну згуртованість. У Європі, континенті, сформованому міграційними потоками та культурним розмаїттям, медіа-наративи можуть або сприяти взаєморозумінню та інклюзії, або підживлювати упередження та розділення. Ця тема досліджує, як цифрові ЗМІ висвітлюють мігрантів, біженців та культури меншин, і чому це має значення.

Поміркуйте: чи дають новинні матеріали слово самим мігрантам, чи лише розповідають про них? Чи зображуються мультикультурні суспільства як такі, що процвітають, мов мозаїка, чи як джерело конфліктів? Представлення має значення, оскільки воно формує історії, які суспільство розповідає про те, ким «ми» є. Воно впливає на політику та на те, наскільки гостинними (або ворожими) відчувають себе громади.



Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі

Чому висвітлення у ЗМІ важливе

У цьому розділі висвітлюються сучасні тенденції, виклики у висвітленні в ЗМІ та позитивні ініціативи, що сприяють створенню більш інклюзивного наративу.





Поширені медійні наративи про міграцію

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі

Висвітлення міграції в європейських ЗМІ часто зводиться до кількох основних сюжетних ліній:

→ **Наратив про кризу/загрозу:** часто досягає піку під час таких подій, як приплив біженців у 2015 році. Мігрантів описують такими термінами, як «хвилі» або «потoki» — метафорами, що навіюють уявлення про загрозову, неконтрольовану масу. Заголовки можуть зосереджуватися на безпеці кордонів, побоюваннях щодо культурних змін або поодиноких випадках злочинів, подаючи міграцію як кризу безпеки. Цей наратив був поширений у таблоїдах та деяких політичних дискурсах, де біженців і мігрантів зображували «іншими» і як потенційну небезпеку.

Поширені медійні наративи про міграцію

→ **Гуманітарний наратив /наратив жертви:** В інших випадках, особливо в більш ліберальних ЗМІ, мігрантів (зокрема біженців) показують як жертв, які заслуговують на співчуття, — тих, хто втікає від війни, переслідувань або бідності. Історії зосереджуються на гуманітарних кризах, трагічних подорожах (наприклад, смерті в морі) та закликах про допомогу. Знаковий знімок 2015 року з Аланом Курді (сирійським хлопчиком, який потонув) змусив багато ЗМІ перейти до такого співчутливого висвітлення, принаймні тимчасово.

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі



Поширені медійні наративи про міграцію

→ **Економічний/функціональний наратив:** Про мігрантів іноді говорять у термінах чисел та економічного впливу – як про працівників, що заповнюють дефіцит робочої сили, або, навпаки, як про потенційних конкурентів за робочі місця та соціальні виплати. Це може звести людей до статистичних даних (наприклад, «Х тисяч заяв про надання притулку» або «мігранти коштують/приносять Y євро»), оминаючи індивідуальні історії.

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі



Поширені медійні наративи про міграцію

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі

→ **Наратив успіху/збагачення:** Менш поширений, але важливий, деякі ЗМІ висвітлюють позитивні історії інтеграції – мігранти, які досягають успіху в бізнесі, мистецтві, спорті або збагачують культуру приймаючого суспільства (їжа, музика, фестивалі). У цьому наративі мультикультуралізм є перевагою: наприклад, статті про процвітаючий район, де проживають іммігранти, що вдихає нове життя у місто. Кожен наратив має свій власний тон. Проблема полягає в тому, що часто домінують негативні або сенсаційні рамки (загроза, криза), оскільки вони викликають сильну реакцію та привертають увагу, тоді як глибокі або позитивні історії можуть отримати менше уваги.

Стереотипи та упередження у висвітленні

Висвітлення в ЗМІ може ненавмисно (або навмисно) посилювати стереотипи:

- **Узагальнення:** дії одного мігранта або представника меншини можуть сприйматися як характерні для всієї групи (наприклад, якщо мігрант скоює злочин, деякі ЗМІ висвітлюють його походження у заголовку, натякаючи на більш широку тенденцію).
- **Відсутність голосу:** про мігрантів та представників меншин часто говорять, але їх не чують. Дослідження в кількох європейських країнах показали, що в новинах про імміграцію цитати мігрантів зустрічаються лише в невеликій частині матеріалів, тоді як політичні діячі та чиновники домінують у наративі. Це може позбавити мігрантів голосу та перетворити їх на об'єкти.

Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі



Тема 3

Медійне висвітлення
міграції та
мультикультуралізму
в Європі

Стереотипи та упередження у висвітленні

- **Візуальні образи:** Вибір зображень часто задає тон – наприклад, повторювані кадри натовпу молодих чоловіків-біженців, які перетинають кордон, можуть вселяти страх перед «вторгненням», тоді як образ різноманітної сім'ї, яку радо приймають, ілюструє інтеграцію. На жаль, ЗМІ часто повторно використовують архівні зображення переповнених човнів або огорож, закріплюючи образ мігрантів як безликої маси біля воріт Європи.
- **Термінологія:** Слова мають значення. Такі ярлики, як «нелегальний іммігрант» замість «мігрант без документів», «біженець» замість «економічний мігрант», «ісламський терорист» замість «терорист», можуть спричинити упередження аудиторії. Деякі ЗМІ перейшли на більш нейтральну мову, але інші продовжують використовувати терміни, які ставлять клеймо. Наприклад, називаючи когось «нелегалом», ви криміналізуєте його існування, а не описуєте його статус.

Стереотипи та упередження у висвітленні

→ **Зображення мультикультуралізму:** У висвітленні мультикультурних суспільств (наприклад, спільнот іммігрантів другого покоління в Європі) упередженість може проникати через акцентування лише на проблемах (геттоїзація, радикалізація) і рідше для висвітлення історій успіху. Якщо новини з передмістя з великою кількістю іммігрантів висвітлюються лише у випадках насильства, це спотворює суспільне сприйняття цієї спільноти.

Тема 3

Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європі



Практичний приклад: Розуміння змішаної міграції та Центр змішаної міграції

Що таке змішана міграція?

Змішана міграція — це транскордонні переміщення людей, зокрема біженців, які втікають від переслідувань та конфліктів, жертв торгівлі людьми, а також осіб, які шукають кращого життя та нових можливостей. Ці переміщення характеризуються різноманітністю факторів, що спонукають до міграції, широким спектром правових статусів та різними вразливими групами. Мігранти часто подорожують схожими маршрутами, використовуючи ті самі засоби, зазвичай нелегально та за допомогою контрабандистів.



[Джерело](#)

[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Практичний приклад: Розуміння змішаної міграції та Центр змішаної міграції



Про Центр змішаної міграції (англ. ММС):

ММС — це глобальна мережа, що займається збором даних, дослідженнями, аналізом та розробкою нормативів у сфері змішаної міграції. Маючи регіональні центри в Африці, Азії та Тихоокеанському регіоні, Європі та Латинській Америці, а також глобальну команду, що базується в Копенгагені, Женеві та Брюсселі, ММС прагне надавати незалежні та високоякісні дані та експертизу. Їхня місія полягає у покращенні розуміння змішаної міграції, позитивному впливі на міграційну політику, наданні інформації для обґрунтованих рішень та стимулюванні прогресивного мислення у публічних та політичних дебатах, при цьому зосереджуючись на правах людини та захисті мігруючих людей.



Вплив на громадську думку та політику



Незбалансоване висвітлення в ЗМІ має реальні наслідки:

Громадська думка: Коли ЗМІ постійно висвітлюють негативні аспекти міграції (злочинність, витрати) без контексту, зростають страхи та хибні уявлення громадськості. Наприклад, якщо в новинах надмірно висвітлюються злочини, скоєні іммігрантами, люди можуть значно переоцінити частку злочинів, скоєних іммігрантами. Опитування Євробарометра показали, що сприйняття часто відхиляється від реальності – у країнах з відносно низьким рівнем імміграції люди, які споживають тривожну інформацію в ЗМІ, можуть вважати, що частка іммігрантів у населенні вдвічі або втричі перевищує фактичну. Це може призвести до зменшення підтримки захисту біженців та зростання підтримки антиіммігрантських партій.



Вплив на громадську думку та політику

Клімат інтеграції: Для іммігрантів та меншин, які проживають у Європі, негативне або рідкісне зображення їх у провідних ЗМІ впливає на їхнє почуття приналежності. Це може сприяти почуттю маргіналізації: наприклад, молодь другого покоління, яка бачить лише історії про «невдалу інтеграцію», може відчувати, що її сприймають стереотипно та недооцінюють. Натомість, позитивне зображення (рольові моделі у ЗМІ, нормалізована присутність у розважальних програмах та новинах) може сприяти інклюзії.

Політика та політичний дискурс: Політики часто реагують на суспільні настрої, підігріті ЗМІ. Сенсаційне висвітлення «міграційних криз» може змусити уряди вживати жорсткіших заходів або закривати кордони. З іншого боку, широке висвітлення з співчуттям (як ефект фотографії Алана Курді) може тимчасово посилити суспільний тиск на прийняття біженців та надання допомоги. По суті, медійні наративи допомагають задавати тон політичному дискурсу — незалежно від того, чи акцент робиться на гуманітарній відповідальності, заходах з безпеки чи довгостроковому фінансуванню інтеграції.



Вплив на громадську думку та політику



Сприйняття мультикультуралізму: Те, як ЗМІ зображують мультикультурні суспільства, впливає на те, чи різноманітність розглядається як перевага чи як проблема. Якщо новини та популярні ЗМІ регулярно висвітлюють культурні фестивалі, досягнення меншин та позитивні історії про різноманітність, це підкріплює наратив про динамічну, багатогранну Європу. Якщо ж вони зосереджуються лише на напруженості та конфліктах, це підкріплює наратив про те, що мультикультуралізм не працює, підживлюючи заклики до асиміляції або виключення.

Виклики

Для журналістів та
ЗМІ

Журналісти, які висвітлюють теми міграції та різноманітності, стикаються з кількома викликами:

- **Складність:** Міграція — це складна тема, що стосується економіки, права, прав людини та особистих історій. Часові обмеження та недостатній досвід можуть призвести до надмірного спрощення. Не кожна редакція має фахівця з питань міграції або ресурси для розслідування, що виходять за межі прес-релізів.
- **Доступ до думок мігрантів:** Може бути складно завоювати довіру мігрантських спільнот або подолати мовні бар'єри, щоб врахувати їхні погляди. У редакціях може бракувати різнобічного персоналу, здатного подолати культурні розбіжності. Це іноді призводить до того, що замість голосів пересічних громадян використовуються лише офіційні джерела.

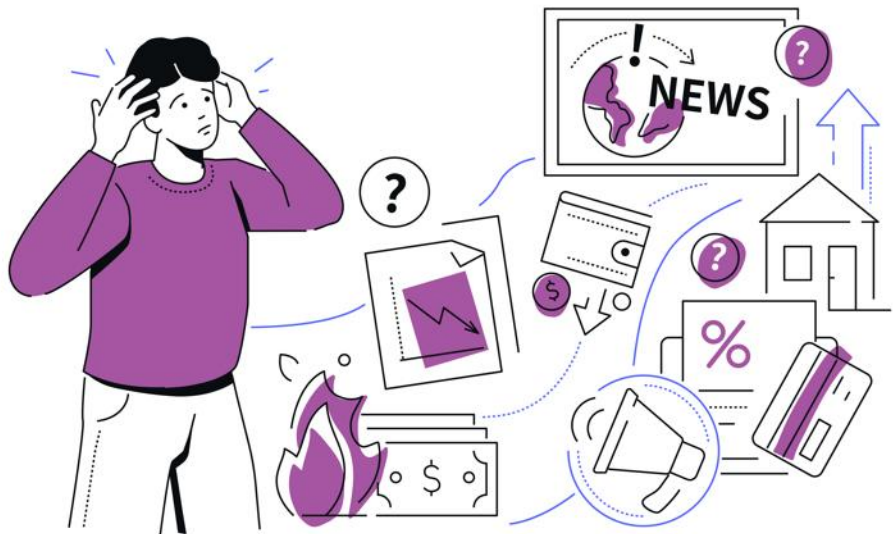
Виклики

Для журналістів та ЗМІ

- **Редакційна політика та упередженість:** Деякі ЗМІ мають політичні вподобання, що впливають на висвітлення питань міграції (наприклад, сенсаційні видання можуть навмисно використовувати тривожні рамки, щоб набрати більше переглядів або підтримати певну програму). Журналісти можуть зазнавати тиску, щоб відповідати певній наративній лінії, а не представляти збалансовану точку зору.
- **Безпека та перевірка:** У зонах конфлікту або прикордонних районах перевірити історії мігрантів важко (наприклад, твердження щодо умов в таборах або про інциденти на морі). Журналісти повинні уникати ненавмисного поширення неперевіраних тверджень, але водночас повідомляти про нагальні звинувачення (наприклад, жорстоке поводження з біженцями) — це складний баланс, що вимагає ретельної перевірки (іноді за допомогою цифрової експертизи, як обговорювалося в темі 2).

Виклики

Для журналістів та ЗМІ



- **Онлайн-переслідування:** Журналісти, які з емпатією висвітлюють проблеми мігрантів або викривають расизм, часто стикаються з онлайн-нападками (коментарі, що розпалюють ненависть, тролінг). Це може створити ефект залякування, що стримує ретельне висвітлення цих питань.
- **Втома та цикли наративу:** Аудиторія (та редактори) можуть відчувати «втому від кризи біженців» після років подібних заголовків, що ускладнює отримання ефірного часу для глибоких репортажів про мігрантів, якщо тільки не з'являється новий драматичний ракурс. Підтримувати висвітлення актуальним і конструктивним — постійний виклик.

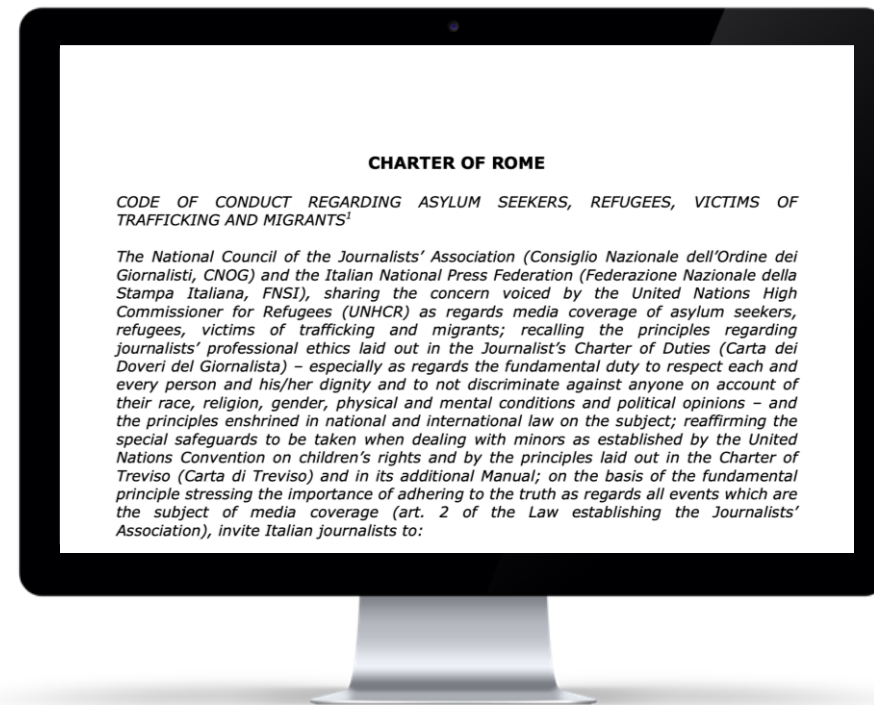
Позитивні зміни – на шляху до інклюзивного сторітелінгу

Незважаючи на труднощі, у висвітленні цієї теми європейськими ЗМІ спостерігаються помітні позитивні зміни:

→ **Керівні принципи та навчання:** Багато новинних організацій прийняли етичні принципи висвітлення питань міграції.

Наприклад, італійські ЗМІ дотримуються «Римської хартії» — кодексу поведінки, який закликає до обережного використання мови (уникати терміна «нелегальний іммігрант», використовувати поважні зображення, забезпечувати точність).

Навчання на основі цих та подібних рекомендацій (деякі з яких підтримуються ЮНЕСКО та школами журналістики) підвищило усвідомлення журналістами впливу їхніх слів.



[Натисніть, щоб прочитати](#)

Позитивні зміни – на шляху до інклюзивного сторітелінгу



- **Різноманітність голосів у редакціях:** Повільно, але редакції стають все більш різноманітними. Зараз у європейських ЗМІ працюють відомі журналісти з мігрантським корінням (наприклад, британські телеведучі з меншин, французькі журналісти північноафриканського походження). Їхня присутність допомагає розширити ракурси висвітлення подій та підвищити культурну чутливість. Деякі ЗМІ створили такі посади, як «кореспондент у діаспорі» або редактор з питань меншин, щоб спеціально залучити ці голоси.
- **Історії про внесок:** Ми бачимо більше матеріалів, що висвітлюють внесок мігрантів — від лікарів з біженським походженням, які допомагали у часи COVID, до підприємців-іммігрантів, які створюють робочі місця. Навіть невеликі матеріали про людські долі, як-от про сирійського шеф-кухаря, який відкрив успішний ресторан у Відні, з'являються у провідних ЗМІ та соціальних мережах. Ці історії допомагають розірвати монотонність негативних новин, надаючи орієнтований на рішення погляд (зосереджуючись на успішній інтеграції).

Джерело [osce.org](https://www.osce.org)

Позитивні зміни – на шляху до інклюзивного сторітелінгу



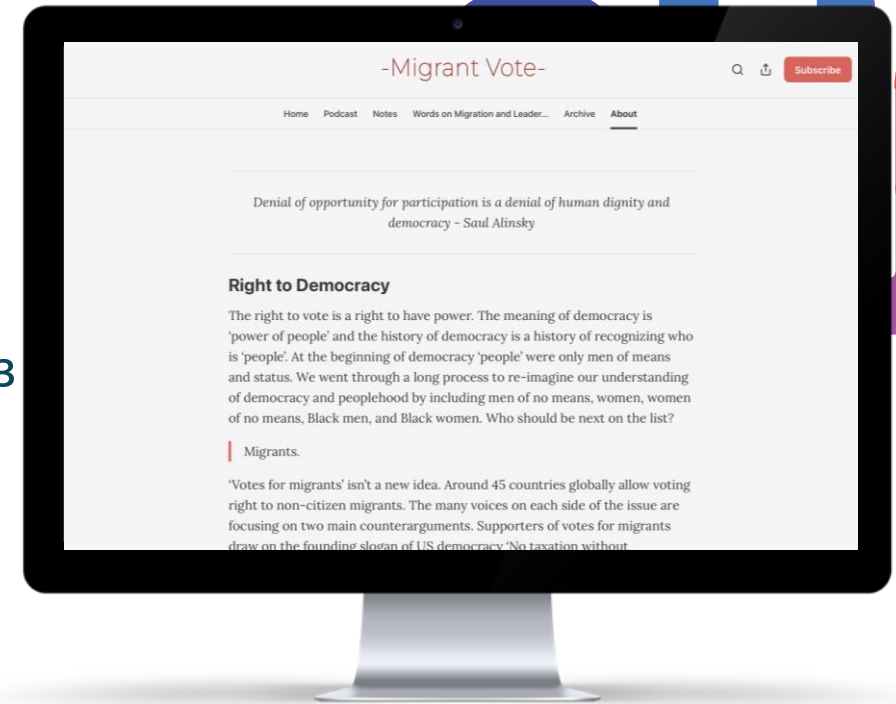
→ **Медіа, створені мігрантами:** Важливо, що самі мігранти та біженці дедалі частіше стають творцями контенту. Такі проекти, як «Refugee Voices» або громадські медіацентри, навчають біженців створювати власні журналістські матеріали чи радіопрограми. Існують онлайн-журнали та подкасти, які ведуть молоді люди-мігранти другого покоління, де вони обговорюють питання ідентичності та дискримінації. На цифрових медіаплатформах, таких як YouTube, Instagram та TikTok, є інфлюенсери з етнічних меншин Європи, які діляться своїм досвідом, ефективно обходячи традиційних «медіа-гейткіперів» та досягаючи широкої аудиторії своїми автентичними голосами.

Позитивні зміни – на шляху до інклюзивного сторітелінгу

ПРИКЛАД — ознайомтеся з проєктом «Migrant Vote» від Терези Бучковської: [Про проєкт — Migrant Vote](#)

→ **Перевірка фактів та спростування неправдивої інформації:** У зв'язку з поширенням дезінформації, декілька європейських проєктів з перевірки фактів зараз займаються спростуванням вірусних фейкових новин, що дискредитують мігрантів (наприклад, спростовують фейкову новину про те, що «мігранти отримують більше соціальної допомоги, ніж пенсіонери», або подібні).

Публічно виправляючи такі повідомлення, вони покращують інформаційний клімат навколо дебатів про міграцію.

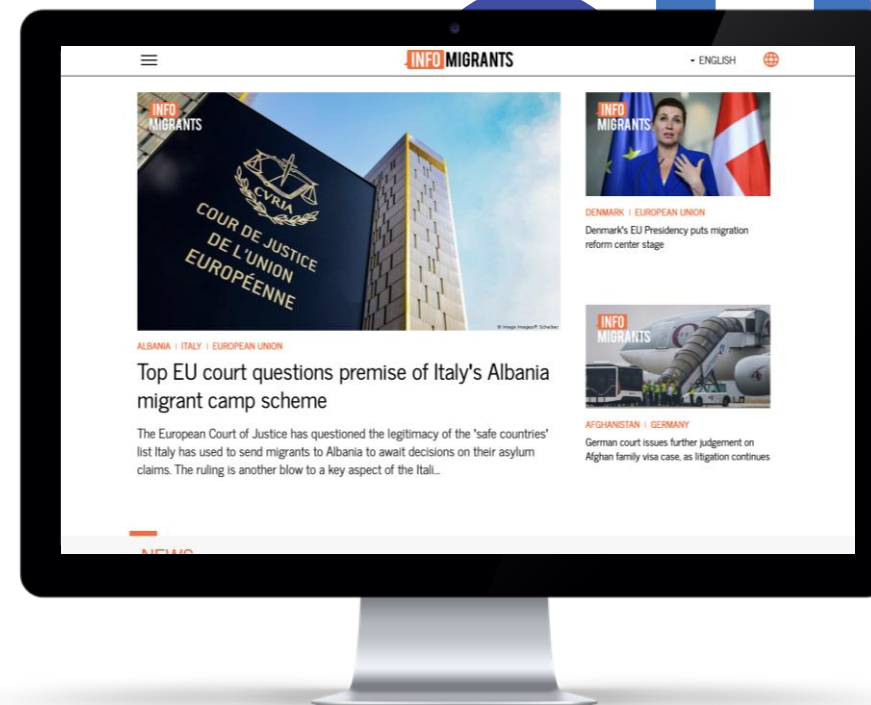


[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Практичний приклад: InfoMigrants: новий погляд

[InfoMigrants](#) – це багатомовна цифрова новинна платформа, запущена у 2017 році як спільний проект європейських ЗМІ (France Médias Monde, Deutsche Welle та ANSA) за підтримки ЄС. Її мета – надавати точну, збалансовану інформацію про міграцію, орієнтовану як на самих мігрантів, так і на широкую аудиторію. Основні особливості:

→ **Платформа публікує** матеріали різними мовами, забезпечуючи доступність інформації як для людей, які мигрують до Європи, так і для європейських читачів. Таким чином вона протидіє дезінформації, яка часто поширюється серед спільнот біженців через контрабандистів або чутки.



[InfoMigrants](#)

**Натисніть, щоб
переглянути**

Практичний приклад: InfoMigrants: новий погляд

- **Контент включає** практичні новини (наприклад, зміни в законі про надання притулку, умови на кордонах) та людські історії (портрети мігрантів, історії успішної інтеграції, виклики, з якими вони стикаються). Тон контуенту – об'єктивний, але водночас підкреслює людяність.
- **Приклад статті:** «Афганська сім'я знаходить новий дім в Італії після довгої подорожі» – детальна розповідь про одну сім'ю, з цитуванням їхнього досвіду, а також коментарів місцевих чиновників та працівників ГО для розуміння контексту. Стаття не романтизує і не криміналізує героїв – вона представляє їх як багатогранні особистості.
- **InfoMigrants також бореться з чутками:** вони опублікували серію статей, що розвінчують поширені міфи (наприклад, «Німеччина надає біженцям розкішні будинки» – показуючи реальність, щоб протидіяти небезпечним помилковим надіям або заздрості).

Практичний приклад: InfoMigrants: новий погляд

→ **Вплив:** Сайт зібрав мільйони переглядів і має багато підписників серед потенційних мігрантів. Надаючи надійну інформацію, він допомагає мігрантам приймати обґрунтовані рішення та зменшує залежність від потенційно шкідливих чуток. Для європейської аудиторії він відкриває вікно у світ поглядів мігрантів, які провідні ЗМІ часто ігнорують. Ця ініціатива є конкретним прикладом використання цифрових медіа для сприяння більш етичному та інклюзивному висвітленню міграції, заповнюючи прогалину, залишену традиційними ЗМІ.

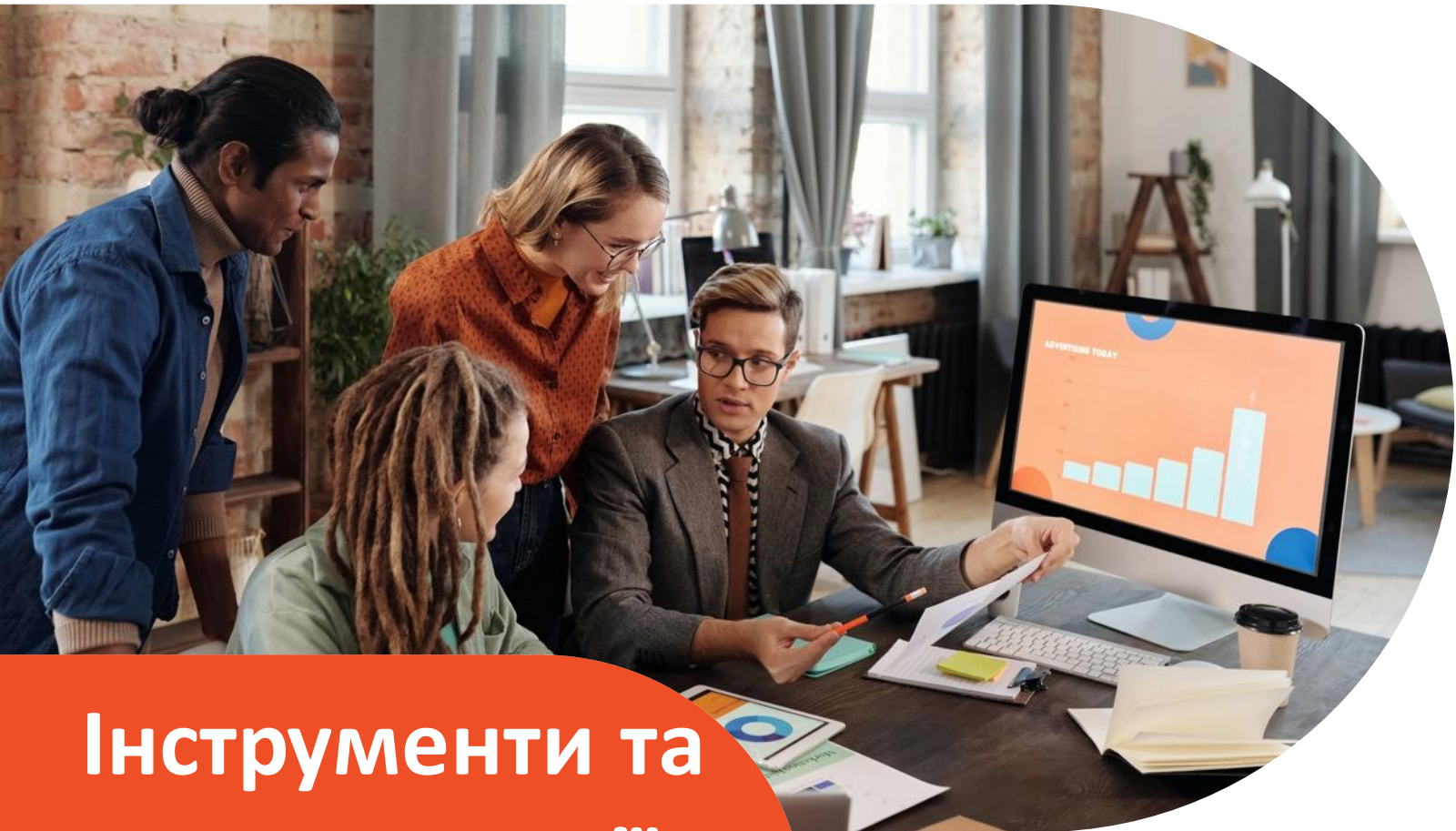




ЗМІ та термінологія

Коментар експерта: *«ЗМІ та політична риторика, зокрема використання конкретної термінології, що знеособлює людей, можуть створити токсичне, расистське та ксенофобське середовище»*, – застерігає Крісті Едвардс із Бюро ОБСЄ з демократичних інститутів та прав людини. Ця заява підкреслює, що те, як ми говоримо про людей, має велике значення. Використання слів, які зображують мігрантів як безлику загрозу або вічних «інших», сприяє створенню атмосфери нетерпимості. Едвардс та інші експерти стверджують, що журналісти та політики повинні уникати мови, яка позбавляє людей гідності. Наприклад, називати людей «нелегалами» або «чужинцями» є дегуманізуючим і може непомітно спонукати громадськість вважати їх менш гідними співчуття.

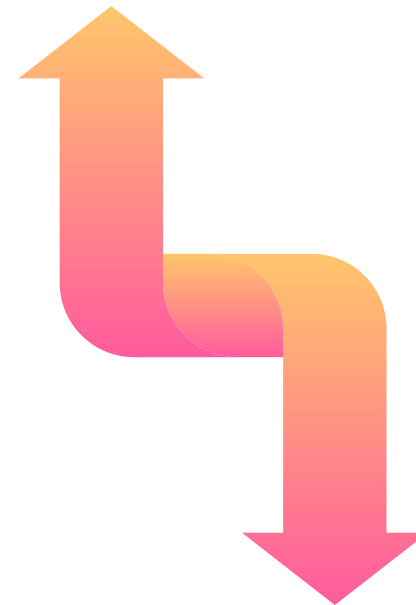
Експерти сходяться на думці, що інклюзивна мова — така як «мігранти без документів» замість «нелегальних іммігрантів» або просто «люди» при описі тих, хто мігрує — допомагає створити більш конструктивний тон. Мова йде не про політичну коректність заради неї самої, а про збереження точності та людяності. Вона робить висновок, що боротьба з расизмом та ксенофобією є «складним і дедалі більшим викликом, над яким ми повинні працювати спільно», маючи на увазі, що ЗМІ, влада та суспільство відіграють важливу роль у просуванні поважного дискурсу.



Інструменти та рекомендації

для інклюзивної
журналістики

Існують практичні ресурси та рамки, які допомагають журналістам покращити висвітлення питань міграції та мультикультурності:



Інструменти та рекомендації

для інклюзивної журналістики

1

Глосарії та стилістичні посібники: Такі організації, як УВКБ ООН та Мережа етичної журналістики (EJN), опублікували рекомендації щодо термінології у сфері міграції. Наприклад, УВКБ ООН рекомендує вживати термін «біженець» лише стосовно тих, хто відповідає визначенню, «особа, яка шукає притулку» — стосовно тих, хто подає відповідну заяву, та уникати термінів, що криміналізують.

«Рекомендації щодо висвітлення питань міграції» від EJN наголошують на важливості контексту (наводити цифри у пропорціях, уникати шокуючих прикметників, таких як «масовий наплив», без наведення даних).

2

Перелік питань щодо різноманітності джерел: Деякі редакції використовують перелік питань для репортерів/редакторів: Чи включили ми в цю статтю думку мігранта або представника спільноти? Чи збалансували ми офіційні заяви з особистими точками зору? Такий самоаудит може стати частиною редакційного процесу.

Джерело: https://www.icmpd.org/file/download/48386/file/How0does0the0media0on0both0sides0of0the0Mediterranean0report0on0migration_0EN

Інструменти та рекомендації

для інклюзивної журналістики

3

Зміна ракурсу висвітлення: Журналістські тренінги заохочують виходити за межі передбачуваних ракурсів. Наприклад, замість чергового репортажу про кількість мігрантів (що може бути абстрактним), зосередьтеся на історіях про процес (як виглядає процес отримання притулку для окремої людини?) або на історіях про вплив на громаду (як нова іммігрантська громада оживила місто або як місцеві жителі та новоприбулі взаємодіють у школі).

4

Візуальні рекомендації: Фоторедакторам рекомендується обирати зображення, що додають людського виміру. Замість того, щоб завжди показувати натовпи з відстані, необхідно включати портрети окремих осіб або сімей, зображення взаємодії між місцевими жителями та мігрантами тощо, з їхньої згоди та з повагою до їхнього образу. Існують ініціативи, що поширюють фотографії, які зображують біженців у повсякденному житті (під час роботи, навчання, коли сміються), щоб розірвати візуальну монотонність кризових зображень.

Інструменти та рекомендації

для інклюзивної журналістики

5

Техніки інклюзивного сторітелінгу: Це може передбачати спільне створення контенту з громадами. Наприклад, журналіст може провести семінар, на якому біженці описують, які історії про них вони хочуть розповісти. У підсумкових статтях ці ідеї враховуються, що робить розповіді більш насиченими. Інший метод — використання формату від першої особи: надання мігрантам можливості писати коментарі або вести відеощоденники на провідних новинних сайтах, інтегруючи ці голоси безпосередньо в мейнстрімне висвітлення подій.





Увага до мультикультуралізму в ЗМІ

Заслуговує уваги також відображення мультикультуралізму (присутності та взаємодії різних культур у суспільстві) у ЗМІ:

→ **Розважальні ЗМІ:** Не лише новини – телесеріали, фільми та онлайн-відео також впливають на суспільні уявлення. Європейські ЗМІ поступово все частіше показують мультикультурні акторські склади та персонажі (наприклад, популярні шоу у Великій Британії та Франції з сюжетами про сім'ї іммігрантів). Коли глядачі сприймають різноманітність як нормальну частину сторітелінгу, зростає рівень прийняття. На YouTube та TikTok є багато європейських авторів з іммігрантським походженням, які поєднують культури у своєму контенті (кулінарні шоу, що поєднують різні кухні, комедійні скетчі про двомовне життя), ефективно нормалізуючи мультикультурні ідентичності для своїх підписників.



Увага до мультикультуралізму в ЗМІ

- **Інтеграція місцевих ЗМІ:** У містах із значною кількістю мігрантів місцеві газети та радіостанції започаткували багатомовні або міжкультурні програми. Наприклад, радіостанція COSMO у Німеччині. Такі моделі сприяють покращенню представництва та інклюзії на базовому рівні.
- **Вшанування культурної спадщини:** Цифрові медіакампанії часто вшановують різноманітність Європи. Такі хештеги, як #MigrantsContribute або #DiversityisStrength, можуть ставати трендовими, поширюючи міні-профілі лікарів, митців та вчителів-мігрантів, які роблять внесок у суспільство. Під час Всесвітнього дня культурного різноманіття ЮНЕСКО багато європейських інституцій поширювали відео та статті, що висвітлювали позитивні міжкультурні взаємодії. Це протидіє негативним наративам завдяки величезному обсягу позитиву.

Увага до мультикультуралізму в ЗМІ



→ **Розвінчування хибних уявлень про мультикультуралізм:** науковці та журналісти спільно готують роз'яснювальні матеріали, використовуючи дані для спростування міфів (наприклад, що мультикультурні райони за своєю природою є криміногенними — дані часто свідчать, що причиною є соціально-економічні чинники, а не різноманітність як така). Публікуючи такі аналітичні матеріали у доступних форматах (інфографіка, короткі відео), ЗМІ можуть донести до громадськості, що різноманітність і соціальна гармонія цілком сумісні за умови проведення правильної політики.





Практичне завдання – Аналіз медіа-контенту

Аудит медіа-представлення.

Розділіть учнів на невеликі групи та попросіть кожну групу вибрати:

→ **Одну новину про міграцію** (із ЗМІ будь-якої європейської країни, за потреби бажано перекласти).

→ **Один контент із соціальних мереж** (це може бути твіт, допис у Facebook або коротке відео), пов'язаний із мультикультуралізмом або міграцією, який має значне охоплення (багато поширень/лайків). Кожна група має:

- 1 Проаналізувати контент:** визначити подачу та мову. Чи є висвітлення негативним, позитивним чи нейтральним? Чи використовується емоційна мова чи образи? Хто цитується або згадується (мігранти, чиновники, місцеві жителі, експерти)? До якої категорії наративу це належить (зі слайду 2: криза, гуманітарна ситуація тощо)?
- 2 Обговорити вплив:** Як цей контент може вплинути на ставлення аудиторії до мігрантів або мультикультурних спільнот? Чи підкріплює він стереотипи чи, навпаки, ставить їх під сумнів?

Завдання

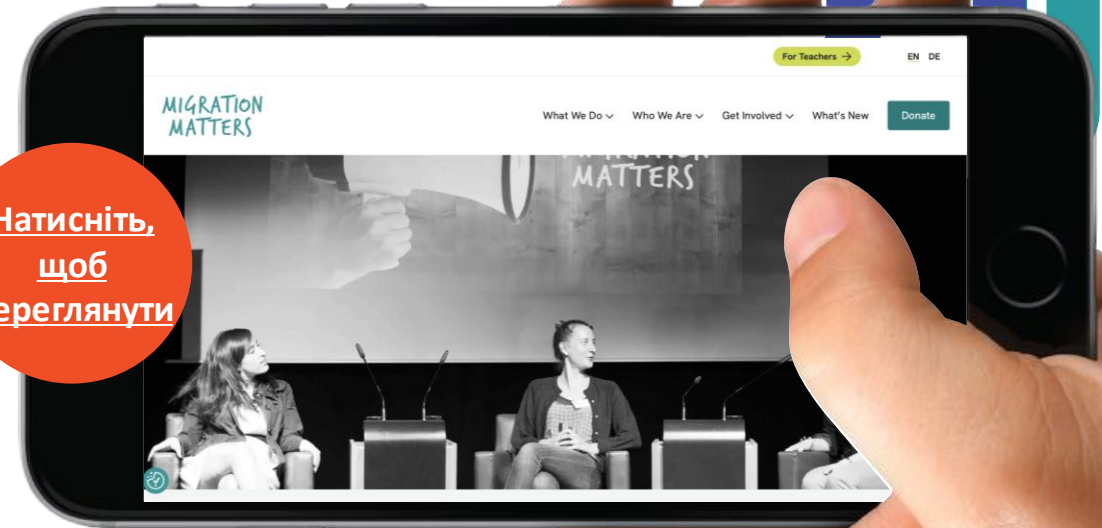
- 1 Редагування/переосмислення:** Якщо у матеріалі є проблемні аспекти, як його можна поліпшити? Наприклад, чи можна переписати заголовок, щоб він був більш нейтральним? Чи змінить історію додавання точки зору мігранта? Якщо це пост у соцмережі з дезінформацією або упередженням, як можна конструктивно відповісти на нього або перевірити факти?
- 2 Поділіться висновками:** Кожна група презентує одне або два ключові спостереження. Наприклад: «У вибраній нами статті про протест за участю мігрантів цитувалися лише політики, без жодного мігранта — це можна було б покращити, включивши голоси представників спільноти, щоб пояснити їхню точку зору». Або: «Відео у Facebook, яке ми проаналізували, було насправді дуже позитивним — воно показувало лікаря-біженця, який працює в іспанській лікарні, що руйнує звичну наративну лінію. Це, ймовірно, сприяє розвитку емпатії».
- 3** Це завдання дозволяє учням критично ставитися до реальних ЗМІ та практикувати мистецтво усвідомленого споживання та створення медіа. Воно підкреслює силу невеликих змін у розповіді, які можуть змінити наративи.

Мультимедійний ресурс

Подкаст «Migration Matters»

Джерело: «Voices on the Move» — це серія подкастів від організації Migration Matters e.V.: <https://migrationmatters.me/who-we-are/our-story>, яка досліджує складний взаємозв'язок між зміною клімату та міграцією, виходячи за межі сенсаційних заголовків, щоб розповісти вам справжні історії. Поширюючи голоси дослідників міграції, кліматичних мігрантів, переміщених осіб та лідерів громад — особливо з країн Глобального Півдня — серія пропонує як особисті свідчення, так і наукові висновки.

Натисніть,
щоб
переглянути



[Джерело](#)

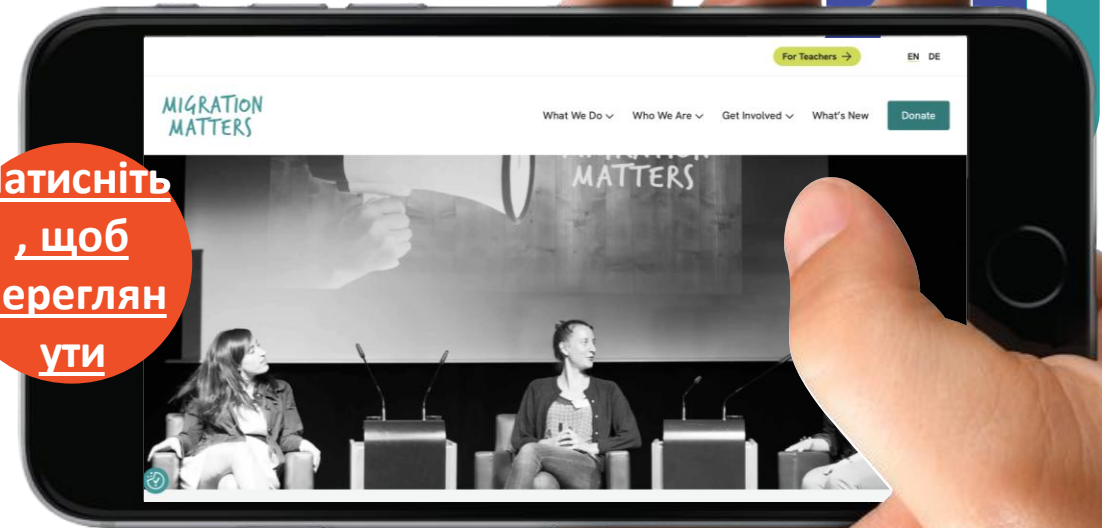
MIGRATION
MATTERS

Мультимедійні ресурси

Подкаст «Migration Matters»

Від Афганістану до Гани та Канади — у ньому розглядаються питання переселення, спричиненого кліматичними змінами, наслідки для корінних та сільських громад, соціальна та гендерна нерівність у мобільності та багато іншого. Слухайте на [Apple Podcasts](#), [Spotify](#), [Amazon Music](#) або в будь-якому іншому сервісі, де ви зазвичай слухаєте подкасти.

Натисніть
щоб
переглянути



[Джерело](#)

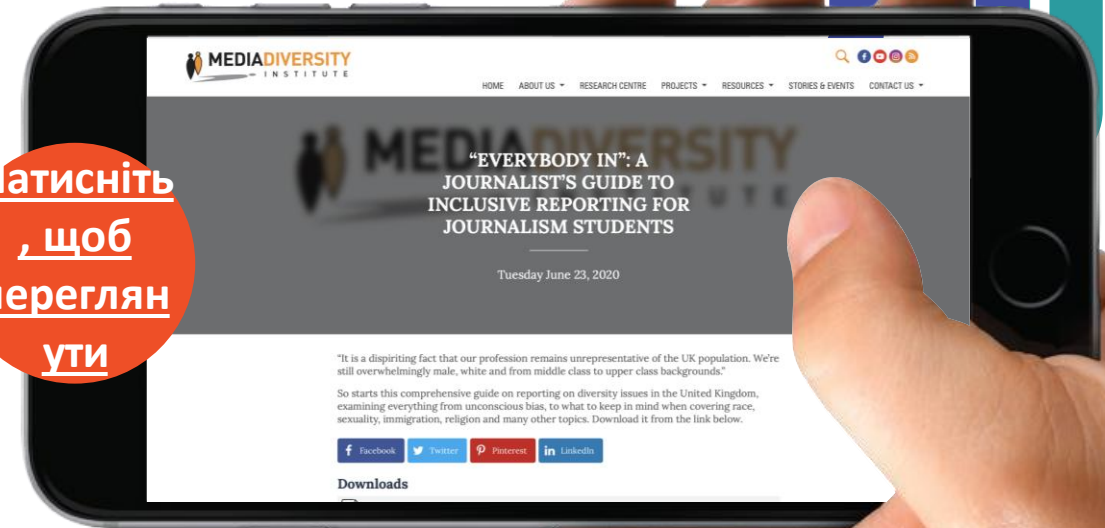
MIGRATION
MATTERS

Додаткові ресурси

Набір інструментів з питань різноманітності в ЗМІ

Джерело: Інститут медійного різноманіття (MDI) — Інтернет-посібник з інклюзивної журналістики. MDI, некомерційна організація, що займається покращенням різноманіття в медіа, пропонує журналістам онлайн-посібник (та навчальні модулі). Він містить пам'ятки, такі як «питання, які слід задати собі перед публікацією матеріалу», а також приклади успішних і невдалих практик.

Натисніть
щоб
переглянути



Джерело





Висновок



На шляху до етичних та інклюзивних ЗМІ

Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європі поступово еволюціонує від одновимірної розповіді до більш інклюзивного та орієнтованого на рішення підходу.

Хоча такі виклики, як сенсаційність та упередженість, залишаються актуальними, усвідомлення цих проблем серед медіапрофесіоналів є вищим, ніж будь-коли.

Успішні ініціативи, чи то спільна платформа на кшталт InfoMigrants, чи дотримання до етичних принципів, свідчать про те, що зміни можливі.

Тон тут сповнений надії: зосередившись на передових практиках – надаючи мігрантам можливість висловитися, висвітлюючи події в контексті, відзначаючи різноманіття та розвінчуючи шкідливі міфи – ЗМІ можуть допомогти аудиторії бачити мігрантів та меншини як своїх співвітчизників і невід’ємну частину європейської історії.



Висновок

Це не означає ігнорування реальних проблем; це означає висвітлювати їх об'єктивно та глибоко, а також підкреслювати успіхи та внески.

Як споживачі медіа, ми теж маємо свою роль: вимагати кращого висвітлення подій, підтримувати медіа, які роблять це правильно, та поширювати контент, що сприяє взаєморозумінню.

Зрештою, етичні та інклюзивні практики ЗМІ сприяють соціальній згуртованості. Вони допомагають аудиторії сприймати культурні відмінності з емпатією, а не зі страхом.

Європа, яка визнає силу своєї різноманітності, є сильнішою – і ЗМІ відіграють ключову роль у цьому усвідомленні, сприяючи взаєморозумінню через усі кордони, що можуть нас розділяти, чи то географічні, культурні чи мовні.

Джерела ОБСЄ/БДІПЛ про риторику ЗМІ та ксенофобію [osce.org](https://www.osce.org); коментар експертів УВКБ ООН/ОБСЄ про недостатньо висвітлені позитивні історії [osce.org](https://www.osce.org); приклад Europeana про взаєморозуміння європейців [interoperable-europe.ec.europa.eu](https://www.interoperable-europe.ec.europa.eu)

Модуль 2: Наративи в цифрових медіа та сприяння транскордонному діалогу

Ви завершили **Частина 3 – Напрямок 3**
Медійне висвітлення міграції та мультикультуралізму в Європі

Далі йде **Частина 4 – Напрямок 4**
Вплив цифрових медіа на регіональну ідентичність та європейську інтеграцію

www.includememedia.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them



* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Будь ласка, друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, друкуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.