

A Diversity Toolkit

Guida sulla diversità culturale nei programmi d'informazione del servizio televisivo pubblico



COSPE è un'associazione nazionale da più di 12 anni impegnata in attività di studio, ricerca e intervento per **promuovere la diversità culturale nei media**

COSPE partecipa al progetto europeo **'Migrants in the Media'** che si propone di favorire l'interazione tra migranti e popolazione autoctona promuovendo competenze interculturali nella programmazione radio-televisiva e nelle redazioni delle aziende del servizio pubblico radiotelevisivo in vari paesi europei e migliorando, altresì, le competenze nell'utilizzo dei media tra le associazioni di immigrati.

Il progetto ha permesso la traduzione in italiano de "A Diversity Toolkit for factual programme in public service television" pubblicato per la prima volta in inglese dall'Agenzia dell'Unione Europea per i Diritti Fondamentali (FRA), Vienna, 2007 (ISBN 978-92-9192-200-0) e sviluppato da un gruppo di lavoro europeo che riunisce aziende del servizio pubblico radiotelevisivo e ONG, quale strumento utile per la formazione del personale delle emittenti sui temi della diversità.

Hanno collaborato alla traduzione e revisione della versione italiana Carlo Sorrentino (Università di Firenze), Anna Meli, Valentina Lombardo, Linda Rossini e Giulia Manetti del COSPE.

La versione in italiano completa di tutte le sezioni e del DVD sottotitolato è realizzata in modo esclusivo da COSPE.

Non è ammessa la riproduzione – neppure parziale – della traduzione in italiano che è a cura di COSPE, secondo quanto stabilito dall'accordo stipulato tra COSPE e EBU ("Translation of the EBU Diversity Toolkit into Italian", Geneva, 26/10/2009).

La presente versione in italiano è stata inoltre realizzata con il sostegno della Regione Piemonte.



Lo scopo di ogni giornalista è quello di cercare la verità. Per capire il flusso di informazioni in un' Europa che cambia, dove convivono culture diverse e minoranze etniche, è estremamente importante conoscere il contesto, i fatti e le opinioni delle persone coinvolte, altrimenti risulta impossibile analizzare la situazione correttamente. In una società dove convivono tante nazionalità la verità si "colora" del contesto culturale di chi ne parla. Giornalisti e redattori giudicano tutto da un punto di vista culturale che è per definizione pregiudicante. E' anche per questo motivo che, un numero crescente di spettatori e ascoltatori non credono nel messaggio e cercano altre fonti per trovare informazioni. Per garantire la futura indipendenza dei media, è di vitale importanza creare redazioni la cui composizione garantisca di avere una pluralità di opinioni e prospettive sui problemi e sulle questioni che si affrontano, soprattutto quando si parla di minoranze etniche o culturali.

Mi auguro che il "Diversity Toolkit" contribuisca a tale processo, che esso possa aiutare i professionisti dei media rendendoli più consapevoli dei loro pregiudizi e che esso generi una discussione sull' affidabilità delle informazioni che essi trasmettono e sull'impatto delle immagini che presentano. Lavorare con il Toolkit dovrebbe portare ad una maggiore attenzione verso la diversità nelle redazioni e sullo schermo. Esso stimolerà il processo di ricerca e di copertura delle notizie attraverso nuove modalità narrative che si rivolgano ad un nuovo pubblico.

A mio parere la diversità è qualcosa che comincia nella mente. Ha a che fare con l'apertura verso le opinioni altrui tenendo conto del proprio retroterra. Si tratta di un processo progressivo che amplia la creatività di ogni giornalista e di ogni regista. Ovviamente, questo rende la ricerca più complessa, ma porta anche ad approfondire, e quindi ad ampliare le prospettive. Ma la verità, tutta la verità e nient'altro che la verità probabilmente non verrà mai trovata.

(Frans Jennekens, presidente di Eurovision Intercultural and Diversity Group)

“Eventi come i disordini nelle periferie francesi, le vignette danesi e gli attentati terroristici in diversi paesi europei sono segnali chiari che ci mostrano che l’integrazione, la parità dei diritti ed il dialogo pacifico tra le culture non avvengono automaticamente. Tutti dobbiamo promuovere attivamente il dialogo e l’accettazione reciproca. I mezzi di comunicazione, ed in particolare il servizio pubblico radio-televisivo, possono dare un contributo molto importante in tale direzione.”

Fritz Pleitgen, WDR Direttore Generale e Presidente EBU (novembre 2006)

“Abbiamo visto quanto sia vitale l’intelligenza culturale. Non è una questione di essere arguti. È necessario essere consapevoli delle diverse modalità di comunicazione e delle diverse culture ed essere in grado di combinare le due cose.”

Responsabile di un progetto di formazione sui Media Training Project in Helsinki

“È necessario che le notizie delle emittenti riflettano la comunità alla quale stanno fornendo un servizio, e questo è l’unico modo per generare fiducia ... una forza lavoro diversificata conferisce valore commerciale.

Sir Trevor McDonald, uno dei primi giornalisti neri a condurre un telegiornale serale di un programma della televisione britannica

“Non dobbiamo mai pensare che siamo pienamente consapevoli di ciò che si comunica a qualcun altro”.

Edward T. Hall, pioniere degli studi culturali

Introduzione

PARTE PRIMA:

Domande sulla rappresentazione delle minoranze

1. Rappresentazione equilibrata dei fatti
2. Controllare i fatti
3. Chi vediamo?
4. Chi sceglie le storie?
5. Un passo avanti
6. Dire le cose come stanno
7. Inventario della diversità

PARTE SECONDA:

Strumenti utili

8. In redazione
9. Sul posto di lavoro
10. Misurare i progressi
11. Gestione della diversità
12. Allegati

Perché una Guida sulla diversità culturale?

Come emittenti del servizio pubblico, abbiamo tutte la *mission* di promuovere la diversità culturale, per servire l'intera popolazione nazionale, e per riflettere i diversi caratteri culturali, etnici e linguistici della nostra società curandone sia l'aspetto dei contenuti, che quello della diversificazione all'interno della propria forza lavoro.

Tuttavia l'esperienza dimostra che tutti i programmi, molto spesso, possono rafforzare gli stereotipi e replicare le incomprensioni sulle minoranze. Come operatori del settore e come giornalisti, abbiamo bisogno di aumentare la consapevolezza sugli effetti delle convinzioni inconsce e sulla mancanza di informazioni su tutti i settori della comunità. Ci auguriamo che gli esempi concreti, citati in questa Guida, sui programmi d'informazione possano aiutare i giornalisti a capire come comunicare e come la nostra comunicazione possa influenzare i telespettatori.

Nel corso degli ultimi 20 anni molte emittenti hanno pubblicato delle dichiarazioni di intenti e hanno promosso politiche per la diversità culturale, istituendo anche delle unità interne dedicate. Numerose sono le pubblicazioni così come i siti internet indirizzati agli operatori dell'informazione e realizzati da giornalisti ed esperti di comunicazione interculturale che trattano il tema della diversità culturale per una più corretta rappresentazione delle minoranze nelle notizie, nei programmi d'attualità, in televisione, ma anche all'interno dei luoghi di lavoro.

La difficoltà, tuttavia, sta nell'attuazione di queste buone intenzioni. Ci auguriamo che questa Guida aiuterà a realizzarle.

La sua genesi

Negli ultimi 10 anni, un gruppo di professionisti dei servizi pubblici radio televisivi europei hanno lavorato con e per le minoranze culturali ed etniche, riunendosi regolarmente grazie al lavoro dell'*Intercultural Diversity Group* (IDG) e della European Broadcasting Union per scambiare le loro esperienze e per co-produrre programmi.

Nel 2006, grazie alle opportunità offerte da un progetto EQUAL, è stata istituita una piattaforma dei media mainstream europei che ha permesso di condividere le esperienze del gruppo IDG con un gruppo più ampio di professionisti della televisione e integrare le buone pratiche fino ad allora emerse. Attraverso quattro seminari organizzati dal Fondo Sociale Europeo svedese si è arrivati a sviluppare il Diversity Toolkit. Il processo che ha portato alla stesura del Diversity Toolkit è stato quindi finanziato dal Fondo sociale europeo e dall'Unione Europea. (Vedi Allegato 4 per i membri del gruppo di lavoro e gli altri soggetti che hanno collaborato.)

Questa Guida raccoglie alcune esperienze comuni dei servizi pubblici radio televisivi, e intende contribuire a migliorare la rappresentazione delle minoranze. Essa riunisce per la prima volta informazioni pratiche e consigli che possono essere utilizzati, applicati e replicati all'interno delle redazioni.

Che cosa si intende con diversità?

La Guida affronta il tema della rappresentazione delle minoranze etniche e culturali, e soprattutto la loro rappresentazione nei notiziari e nei programmi televisivi di attualità. Poiché le strategie per combattere la discriminazione sono spesso simili, alcune delle pratiche descritte possono essere applicate ad altri ambiti di discriminazione, come quella relativa all'orientamento sessuale, al genere, all'età e alla disabilità.

A chi si rivolge?

Questo Toolkit è destinato principalmente a giornalisti radiotelevisivi, formatori e studenti di giornalismo.

Esso contiene anche informazioni utili per i produttori e per i responsabili dei programmi in generale, così come per i responsabili delle risorse umane, i formatori e i dirigenti delle aziende di diffusione radio televisiva.

Questa Guida è stata redatta grazie all'esperienza di una dozzina di emittenti europee, di paesi dove la maggioranza della popolazione è generalmente bianca e cristiana, ma i contenuti sono applicabili anche ad altri contesti e aziende dell' EBU come il Sud e l'Est Europa .

La Guida è una traduzione della versione originale inglese. Ecco perché la maggioranza dei riferimenti bibliografici e sitografici sono in lingua inglese.

Come usare il Toolkit

La prima parte è costituita da una selezione di servizi televisivi suddivisi secondo le principali problematiche che i giornalisti devono affrontare durante il loro lavoro e sulle quali i colleghi dovrebbero confrontarsi maggiormente.

La seconda parte è dedicata all'approfondimento e all'osservazione del modo di lavorare di altre emittenti: si possono trovare suggerimenti e una selezione di siti utili per le attività di ricerca e documentazione, oltre ad opinioni ed esempi sui quali discutere e a cui eventualmente ispirarsi.

I Servizi televisivi

I primi capitoli di questo Toolkit si riferiscono alle tematiche trattate nei filmati del DVD allegato: si tratta di brevi servizi tratti da programmi informativi e di attualità, oltre ad ulteriori estratti video da altri tipi di programmi che potrebbero comunque interessare e sorprendere il lettore.

I servizi sono volutamente selezionati al fine di illustrare le difficoltà più frequenti nella copertura di notizie relative alle minoranze. Non tutti possono essere classificati come "buone" o "cattive" pratiche. Molte hanno sia elementi positivi che negativi, oppure sono dei tipici esempi di "dilemmi" che i giornalisti devono affrontare nel decidere come presentare i fatti. Ci sono servizi che potrebbero aver causato qualche appassionata discussione in redazione, o che invece non sono stati proprio discussi e poi, a sorpresa, hanno suscitato forti reazioni nel pubblico.

Introduzione

I servizi televisivi sono stati selezionati e proposti da professionisti delle televisioni di tutta Europa - dalla Finlandia alla Spagna, dal Regno Unito alla Croazia. Naturalmente, le vostre reazioni a queste notizie potrebbero essere molto diverse dalle interpretazioni e dai commenti che seguono. E' interessante rilevare che, sebbene i pareri tendessero ad essere simili, ci sono stati anche punti di vista contrastanti tra gli operatori - appartenenti sia alle comunità maggioritarie sia a quelle minoritarie - delle emittenti che hanno visionato e commentato i servizi.

Un nostro particolare ringraziamento va alle emittenti che hanno selezionato e presentato esempi di "cattive pratiche", poiché è da quelli che si può imparare molto.

Cibo per la mente

Per ogni servizio avete a disposizione una breve introduzione per inquadrare il contesto nazionale e il background della notizia, dopodiché seguono alcune osservazioni e domande relative alle problematiche che voi, in qualità di giornalisti, dovete affrontare quotidianamente nel vostro lavoro:

- Quali effetti hanno la vostra mentalità e le convinzioni personali sulla vostra attività giornalistica?
- Quali sono gli standard professionali che andrebbero osservati?
- Quale sarà l'impatto del vostro lavoro sul pubblico e sulla società? Dove ha inizio e dove finisce la vostra responsabilità?

I servizi televisivi provengono da Belgio, Croazia, Finlandia, Francia, Germania, Regno Unito, Ungheria, Irlanda, Paesi Bassi, Slovacchia, Spagna e Svezia, e si occupano di una serie di situazioni: delle minoranze nazionali, di temi relativi alle seconde o terze generazioni, delle comunità, dei migranti economici, dei richiedenti asilo, degli immigrati che provengono da zone di guerra e dei rimpatriati. Non dimenticate che i servizi sono stati scelti dai membri del gruppo editoriale che lavora su questo manuale e selezionati dai loro archivi. Non vi è la pretesa di offrire un quadro completo del modo in cui i loro programmi d'informazione trattano la diversità: si tratta semplicemente di una selezione di materiali che il gruppo di ricerca ha ritenuto interessante per una riflessione sulla rappresentazione della diversità.

Strumenti utili

Seguendo questi servizi televisivi, troverete alcuni esempi di buone pratiche ed informazioni utili fornite da giornalisti, reporter specializzati e altri professionisti del settore televisivo che lavorano in Europa e altrove. Tutto ciò mira a contribuire ad attuare le raccomandazioni che sono venute fuori dai nostri seminari, dalle attività di ricerca e dalla combinazione di esperienze.

Parte prima



Questioni relative alla rappresentazione delle minoranze

Nella prossima sezione troverai informazioni riferite alle notizie estratte dal DVD in allegato.

Per ciascun servizio televisivo troverai alcune informazioni sul programma televisivo e anche sul contesto nazionale o sul background relativo alla tematica riportata.

Di seguito abbiamo elencato una serie di questioni su cui riflettere e discutere, raggruppate tenendo conto delle tre principali problematiche che i giornalisti devono affrontare nella pratica della loro professione: il peso della mentalità personale, la capacità professionale e la responsabilità verso gli spettatori. Per impostare una discussione, selezionare le domande che riguardano le questioni che si desidera prendere in considerazione.



1. Rappresentazione equilibrata dei fatti

Le notizie di attualità spesso si concentrano soltanto sugli aspetti negativi relativi alle migrazioni e alle minoranze, e raramente sono bilanciate da storie positive di successi economici e sociali. Le minoranze, troppo spesso, sono considerate come “problematiche” e non come persone, ed anche in quei pochi casi non sono quasi mai interpellate in qualità di consumatori, datori di lavoro, genitori, studenti o spettatori.

La domanda fondamentale, quindi, è se le nostre trasmissioni siano lo specchio dell'intera società.

Dobbiamo domandarci se trattiamo le notizie relative alle minoranze etniche e culturali come se si trattasse di politica estera. Sono “parte di noi” o sono “altro da noi”?

Nel rappresentare la società giornalmisticamente, il ricorso agli stereotipi è una scorciatoia per fornire rapidamente informazioni ad un vasto pubblico fornendo una visione “statica” delle diverse comunità. Gli stereotipi semplificano la varietà insita nei diversi gruppi sociali, creando un'unica categoria. Si deve essere consapevoli dei modi in cui gli spettatori potranno decodificare e interiorizzare questi stereotipi che, se riproposti nelle notizie, potranno facilmente tradursi in realtà.

Rappresentazione equilibrata dei fatti

Quesiti per i giornalisti:

È possibile essere obiettivi? Sei fino in fondo consapevole dei tuoi pregiudizi?

È possibile evitare messaggi impliciti?

Sei consapevole del potere di certe parole che contengono una carica emotiva?

In che misura è giusto ricorrere alla musica e ai suoni per ottenere un certo impatto sul pubblico?

Più le notizie sono brevi, maggiore deve essere l'accuratezza con cui tratti l'argomento: in questi casi ti consulti con i colleghi? Pensi che dovresti lasciare le notizie più brevi ai giornalisti più esperti?

Fai delle pause per riflettere se le tue notizie alimentano o meno degli stereotipi?

Pensi di avere una responsabilità professionale riguardo all'impatto che i tuoi servizi possono avere non soltanto presso gli spettatori, ma anche sulla vita dei soggetti trattati nelle notizie?

Discuti su quanto riportato nelle unità 1.1 e 1.2 (entrambe di YLE), e nelle unità 1.3 e 1.4 (entrambe di VRT). Il confronto tra i diversi pezzi già vi darà un'idea delle procedure e delle scelte alla base della modalità di rappresentazione dei fatti.

I servizi televisivi

Ecco due esempi tratti dalla stessa emittente finlandese: uno è ripreso dal principale telegiornale finlandese della sera, visto dalla maggioranza dei telespettatori e trasmesso dalla YLE, l'emittente del servizio pubblico nazionale; l'altro riguarda la stessa notizia, ma è tratto dalla YLE/FST, un programma destinato alla minoranza linguistica svedese, visto da una piccola percentuale della popolazione.

1.1 Storia Somala

YLE TV News, Daily 20:30-20:45, Tx: 14.09.2006 (2')

Solo poco più del due per cento della popolazione totale della Finlandia è costituita da immigrati o appartenenti a minoranze etniche: si tratta di uno dei tassi più bassi in Europa. Sebbene i gruppi più consistenti siano i russi (20,8%), gli estoni (14,5%) e gli svedesi (6,8%) - presenti sul territorio a partire dagli anni '90 - il tasso di immigrazione dai paesi extraeuropei è in costante aumento a partire dal 2000. Molti bambini somali sono infatti arrivati con i loro genitori, altri sono nati in Finlandia, da allora sta iniziando ad esserci un consistente numero di finlandesi con radici somale.

Questo è un servizio sulla partecipazione sproporzionata dei giovani di origine immigrata - prevalentemente somali - alle rapine di strada nella zona della stazione ferroviaria di Helsinki. Nel servizio vengono intervistate due persone: un agente di polizia e un accademico.

Il presente servizio è stato trasmesso nel principale telegiornale della sera.

Rappresentazione equilibrata dei fatti

Sebbene il servizio riguardi la delinquenza giovanile, vediamo veramente qualcosa relativo a questo tema? La narrazione descrive “ondate di immigrati”: cosa ne pensi della scelta delle parole? Anche se i commenti dell’intervistato sono ragionevoli ed il tono è sobrio, i temi presentati, vengono contestualizzati e spiegati allo spettatore in modo adeguato? Vengono proposte delle alternative? Non ci sono statistiche sulla criminalità, non ci sono i risultati della ricerca, ma la criminalità è presentata come direttamente legata all’immigrazione e alla (mancanza di) integrazione. Tuttavia, nessun membro della comunità di minoranza in questione viene intervistato. Si sarebbe potuto fare diversamente?

Quale sarà la prima impressione degli spettatori? Come sarà trasmessa? Pensate che lo spettatore ascolterà più le parole o la musica? Qual è l’effetto della musica minacciosa ripetuta ogni volta che la macchina della polizia entra nel parco? Qual è l’emozione finale che lo spettatore ricaverà dal servizio?

1.2 Assistente sociale di comunità giovanili di origine somala

YLE FST OBS (Attualità) martedì, 18:35 - 19:00, Tx: 07.10.2005 (5 ‘37”)

Uno dei canali televisivi del servizio pubblico finlandese è in lingua svedese e offre una programmazione dedicata ad una minoranza della popolazione. In questo servizio si propone la stessa notizia – trasmessa dal telegiornale della sera dell’emittente YLE - dell’esempio precedente, ma trattata in modo molto più equilibrato, completo e “contestualizzante”.

In modo esemplare, il servizio include una lunga intervista con un assistente sociale di origine somala. In lingua finlandese si parla delle preoccupazioni della comunità somala riguardo al tema in questione e delle motivazioni che spingono i giovani ad assumere comportamenti anti- sociali.

Questo secondo servizio su una situazione analoga a Helsinki tenta di presentare i fatti in modo equilibrato. In che modo credi che queste due storie possano intrecciarsi? Credi che siano complementari e che offrano informazioni significative all’intera presentazione della vicenda? Anche in questo caso non esistono statistiche relative alla delinquenza e all’analfabetismo nella comunità somala, o statistiche sulla criminalità in generale. A differenza del primo pezzo, qui ci sono delle immagini di gruppi di giovani che gironzolano attorno alla stazione. Come le descriveresti?

Qual è il significato della scelta di intervistare un professionista somalo che in finlandese fluente parla della propria comunità, piuttosto che un “esperto” bianco? In che modo questo taglio della notizia può aiutare a superare gli stereotipi? Nella parte relativa alla commedia teatrale, viene dato molto più spazio alla regista bianca rispetto alle donne somale. Qual è la relazione tra gli intervistati somali e finlandesi?

La vicenda è collocata all’interno di un contesto più ampio in cui è specificato che soltanto un’esigua minoranza di persone era responsabile del problema. Tuttavia, è stato realmente chiarito se gli attacchi sono stati causati soltanto da giovani somali?

Rappresentazione equilibrata dei fatti

Quali immagini interiorizzerà lo spettatore? Pensi che il giornalista abbia una certa responsabilità in questo? Pensi che aver interpellato un professionista somalo offra al pubblico un punto di vista più equilibrato sul problema?

Ecco altre due storie relative al medesimo problema dell'insicurezza e della delinquenza nelle grandi capitali, questa volta a Bruxelles.

1.3 Due banche sono state rapinate lo stesso giorno a Bruxelles

VRT il principale notiziario su VRT quotidiano, 19:00, Tx: 11.04.2006 (1'46")

I primi flussi verso il Belgio di immigrati italiani destinati a lavorare nelle miniere di carbone ebbero inizio nel 1940 e proseguirono con la forza lavoro proveniente dalla Turchia e dal Marocco, dalla Spagna, dal Portogallo e dalla Grecia. La regione di Bruxelles è anche popolata da una comunità di grandi dimensioni di origine Congolese (RDC), ex colonia belga. Al momento vi sono circa il 14% di stranieri o immigrati naturalizzati, e la comunità più corposa (non UE) proviene dal Marocco. Negli anni '90 anche persone provenienti dall'est Europa hanno cominciato ad emigrare in Belgio: la maggior parte proveniva dalla ex-Jugoslavia e dalla Polonia, ma anche dalla Cecenia e dall'Armenia.

Dall'inizio dell'anno la polizia federale ha già contato 201 rapine a mano armata a Bruxelles. La teoria illustrata nel pezzo è che "i ladri sono ragazzi di terza generazione di ceti sociali bassi che fanno i loro primi passi nella criminalità con la stessa brutalità che vedono in televisione".

In questo articolo del Belgio, la storia è presentata secondo diverse prospettive e attraverso più soggetti intervistati: la polizia e le vittime ci dicono cosa è accaduto durante le rapine, quali sono state le circostanze, che tipo di negozi o attività commerciali sono stati attaccati.

Qual è la tua opinione sul modo in cui le immagini vengono utilizzate per illustrare le storie/i problemi? Funziona in modo equo, equilibrato e preciso? Qual è il ruolo del giornalista, se gli esperti fanno affermazioni non supportate da statistiche? L'esperto presso l'Ufficio del pubblico ministero spiega la teoria secondo cui gli esecutori sono "giovani di terza generazione dei ceti sociali più bassi, facenti parte di comunità in qualche modo disagiate". Sono responsabili di TUTTI i crimini di strada? Dove erano le statistiche a sostegno di tale affermazione?

Il reporter ha la responsabilità di documentarsi e di presentare i fatti ed i contesti, ma il problema è l'origine etnica o piuttosto la spiegazione del significato del disagio sociale? È davvero utile includere la dichiarazione "Niente armi, ma potrebbero essere utilizzate". La cinepresa poi - in modo confuso - si focalizza su un gruppo di ragazzi di probabile origine araba in una via di Bruxelles. I giornalisti autori del servizio hanno voluto suggerire che gli esecutori sono in gran parte appartenenti ad una minoranza etnica?

Rappresentazione equilibrata dei fatti

È positivo che non si faccia menzione di giovani appartenenti a minoranze etniche? Perché si mostrano nelle immagini, ma non si parla mai esplicitamente di loro? Sono le immagini che rovinano queste “buone intenzioni” o - al contrario - si sta mostrando ciò che il capo della polizia di Bruxelles sta cercando di evitare di dire a parole ma che tutti probabilmente pensano?

Che cosa rimarrà allo spettatore di questa presentazione dei fatti? Forse il messaggio subliminale secondo cui i giovani immigrati delle classi inferiori (in particolare gli immigrati neri o scuri) sono dei criminali?

1.4 Il venticinque per cento della popolazione di Bruxelles si sente in pericolo sui trasporti pubblici.

VRT principale notiziario sulla VRT “One” quotidiano, Tx: 19:00, 11.04.2006 (1’46”)

Questo servizio tratta un problema piuttosto serio che riguarda la metropolitana di Bruxelles: le persone che vivono o lavorano in città non si sentono sicure. Uno dei motivi addotti è che gruppi di adolescenti e di giovani che bazzicano fuori dalla metropolitana fanno rumore e talvolta provocano i passeggeri.

Perché è stata data questa notizia? Se si trattasse di una vera notizia sarebbe una storia da raccontare. Se la ricerca accademica afferma che la popolazione individua i gruppi di giovani come principale causa della tensione percepita nella metropolitana (come in questo caso), dovrebbe essere detto esplicitamente. Di fatto, però, nessuna persona intervistata cita statistiche, dati o cifre a proposito: in pratica, non vi è alcuna prova scientifica a sostegno di quanto espresso in apertura del servizio.

Che esigenza c’è di mostrare un gruppo di giovani di una minoranza etnica all’inizio del servizio? Le riprese anticipano in qualche modo il contenuto della storia? Le parole dei passeggeri intervistati confermano quanto preannunciato in apertura dalle immagini?

Quando lavori sei consapevole di poter avere una certa influenza sul corso degli eventi? Ad esempio, è possibile che l’immagine iniziale dei giovani che gridano ed imprecano sia dovuta alla presenza provocatoria del giornalista e della sua telecamera? Perché non fare le riprese di sera, con una telecamera nascosta?

Perché all’interno della metropolitana non sono stati intervistati giovani, ma soltanto adulti?

È veramente opportuno dare visibilità e spazio alle paure - spesso illogiche, infondate e razziste - delle persone? Credi che per poter fornire una presentazione obiettiva ed equilibrata dei fatti sia tuo dovere professionale interrogarti sulle tue paure e i tuoi pregiudizi?

Rappresentazione equilibrata dei fatti

Ritieni che un simile servizio stigmatizzi i giovani?

1.5 Un educatore a Villeneuve (la quarta di cinque storie)

3 news regionali di un settimanale francese, Tx: 18 h 40 del 1.12.2005 (6 min)

La città di Grenoble, nel sud-est della Francia, ai piedi delle Alpi, è caratterizzata da ampi sobborghi con edifici popolari. Il distretto di Villeneuve ha usufruito di programmi di riqualificazione a partire dagli anni '70, e adesso i suoi 11000 abitanti di diverse classi sociali e 40 nazionalità condividono spazi verdi, aree pedonali ed il mercato giornaliero. La metà degli appartamenti di Villeneuve sono di edilizia popolare, ed oltre il 30% della popolazione è giovane, contro il 20% di Grenoble.

Nel novembre 2005, la nazione fu sconvolta dai numerosi disordini notturni e dagli incendi di automobili ed edifici pubblici nei quartieri poveri di Parigi e di altre zone della Francia. Fu persino dichiarato lo stato di emergenza, che durò tre mesi. Questo servizio mostra un altro volto della vita in periferia: è la storia di un giovane cresciuto a Villeneuve che oggi lavora per i servizi sociali, presso il Centro culturale locale per i giovani. Racconta dei desideri dei giovani e dei loro problemi, spesso legati alle loro origini.

Che cosa ti aspetti all'inizio del servizio? Dopo l'inquadratura delle montagne riesci ad immaginare dove è stato girato il servizio? La musica e il balletto iniziali lasciano intuire dove si svolge la storia? Si tratta di immagini stereotipate o ritieni che siano tutti elementi utili e funzionali al racconto?

Viene dato risalto all'origine straniera del protagonista? Che cosa ci racconta della sua infanzia a Villeneuve? Cosa emerge dal confronto tra questa storia e ciò che generalmente viene riportato nei servizi sui sobborghi popolari? Credi che questa storia voglia contrapporsi ad altri racconti di violenza di altri quartieri?

Qual è il messaggio di questo servizio? Quando lavori ad un pezzo sulle minoranze, riesci a vedere la differenza tra una rappresentazione eccessivamente positiva dei fatti e un contenuto troppo "politically correct"? Come definiresti questo servizio? Pensi che le differenze culturali influenzino le reazioni dei vari gruppi di spettatori?

2. Controllare i fatti

L'obiettivo del giornalismo nel servizio pubblico è quello di presentare le notizie in modo obiettivo. Tuttavia, ogni giornalista è influenzato da pregiudizi culturali, di cui spesso è inconsapevole.

Diventa quindi essenziale eseguire controlli e attuare verifiche per fornire al telespettatore le informazioni necessarie alla comprensione di un programma di news. Le opinioni dovrebbero essere sempre supportate dai fatti, così come dovrebbe essere valutata la pertinenza dell'indicazione dell'identità etnica o religiosa dei soggetti coinvolti in fatti di cronaca, come crimini o incidenti.

La pressione esercitata dai tempi redazionali non è una buona giustificazione per non essere precisi e rigorosi nelle proprie ricerche. Conoscere e informarsi sui termini corretti in tema di migrazioni e minoranze è importante come conoscere la legge.

Si deve poi riconoscere che anche ciò che non viene detto può avere forza e capacità espressiva, pertanto è necessario comprendere il potere delle immagini.

Controllare i fatti

Quesiti per i giornalisti

I fatti sono essenziali per la qualità del giornalismo. Fino a che punto ti fidi delle informazioni dei tuoi colleghi (stampa, agenzie di stampa, Internet)?

Quanto tempo ritieni di dover impiegare nella verifica dei fatti? Quanto è possibile riportare fatti che non siano sufficientemente controllati? Quando utilizzi fatti e cifre devi sapere ciò che significano e come devono essere usati.

Come si può fare in modo che i portavoce ed i testimoni intervistati siano effettivamente rappresentativi? Li selezioni perché rilevanti ai fini della verità giornalistica, o perché ti aspetti che possano attirare l'attenzione del pubblico?

Essere curiosi e sospettosi è fondamentale per un giornalista. Prova a sfidare te stesso cercando nuove fonti e mettendo in discussione le tesi dominanti e di senso comune.

Un giornalista deve aggiungere qualcosa di nuovo alla storia, per questo è necessario approfondire e sviluppare di più il racconto.

Il pubblico conosce più cose di te, per cui sii umile, attento e consapevole del fatto che nel pubblico ci sono esperti.

I servizi televisivi

2.1 Misbah Rana

BBC 2 Notiziario della notte, notizie e attualità, 22:30 nei giorni feriali, Tx: 01.09.2006 (4'55")

Dopo la seconda guerra mondiale, l'immigrazione verso il Regno Unito ha assunto proporzioni considerevoli a causa della domanda di manodopera da parte della Gran Bretagna: cittadini britannici dell'Impero e del Commonwealth furono quindi stimolati a trasferirsi in patria. Negli anni successivi, con la caduta della cortina di ferro, ebbe inizio un nuovo movimento, costituito in parte da persone in fuga dalle persecuzioni politiche e in parte da gente in cerca di una vita migliore in Europa occidentale. Al momento, le minoranze etniche rappresentano circa il 10% della popolazione, di cui l'80% è al di sotto dei 25 anni.

Nel 2006, tutte le redazioni del Regno Unito raccontarono la storia di una ragazza scozzese di dodici anni che andò a vivere con suo padre in Pakistan. Inizialmente la storia sembrava chiara: il "solito" caso di una ragazzina rapita dal padre. Le perplessità e i timori fecero subito pensare alle conseguenze di un matrimonio combinato, ma dopo sole ventiquattro ore fu evidente che la storia era ben diversa: la ragazza aveva scelto di andare a vivere con suo padre e voleva essere riconosciuta con il suo nome musulmano.

Controllare i fatti

Il caso di Misbah/Molly Campbell è un ottimo esempio di come i media – attraverso i loro pregiudizi – possano influenzare il modo di interpretare e presentare una notizia. Si tratta di un esempio interessante di giornalismo, non tanto per il tipo di tema affrontato, ma perché sono mostrate molto bene le logiche dei media, la loro complessità, le contraddizioni e il loro ‘razzismo istituzionalizzato’.

Questo esempio dimostra che anche giornalisti ed editori esperti non sono immuni da errori banali come quello di farsi influenzare dai pregiudizi culturali, finendo per distorcere fatti che necessiterebbero di essere raccontati in modo obiettivo, equilibrato e professionale.

Il servizio del notiziario notturno della BBC affronta molto bene alcune di queste questioni, tuttavia, l'emittente ha ammesso di aver anch'essa travisato la storia originale. La notizia, infatti, era fondata sui fatti o piuttosto su un “sentito dire” che coincideva con le idee personali del cronista circa l'Islam e i costumi dei musulmani? Con quale nome viene chiamata la ragazza? Per caso con quello preferito da lei? Quale era in realtà era il suo nome di battesimo, e come è stato cambiato?

Questo modo di raccontare i fatti ha delle conseguenze sulla percezione di un determinato gruppo etnico? Quali stereotipi vengono rafforzati, secondo voi?

2.2 Epatite nei villaggi rom

MTV, Notiziario regionale per la parte sud-ovest dell'Ungheria, due volte al giorno, 10 minuti al giorno 06:00 e le 16:30, Tx: 22.08.2007 (1'40")

L'Ungheria accoglie un 10% di minoranze, il cui 8% è costituito da rom che, nel corso degli ultimi cento anni, si sono stabiliti in gran parte del paese. Durante l'estate del 2006, i vari notiziari hanno parlato di un'epidemia di epatite A in un villaggio rom nella parte sud-occidentale dell'Ungheria. La notizia è stata coperta per diverse settimane, ma tendenzialmente sempre secondo il modello mostrato in questo esempio.

Nel 2000 un rapporto della Banca mondiale ha rilevato che il 57% dei rom in Ungheria viveva in condizioni di estrema povertà, mentre solo il 5,7% dell'intera popolazione viveva nelle medesime condizioni. Oggi, circa il 60% dei rom vive in villaggi e il 40% di loro in piccoli insediamenti con una popolazione inferiore ai duemila abitanti. Le statistiche rilevate su scala nazionale indicano che i tassi relativi a queste tipologie di insediamento sono rispettivamente del 36% e del 17% sul totale della popolazione. In Ungheria il 57% dei rom vive in aree disagiate.

Secondo voi la tesi di fondo proposta in questo servizio è che la scarsa igiene all'interno del villaggio ha causato l'epidemia di epatite? Che informazioni mancano? L'esperto accenna a dei batteri fecali quale possibile causa della diffusione del virus, ma viene detto qualcosa a proposito dei servizi igienico-sanitari messi a disposizione nei villaggi rom, rispetto a quelli forniti ad altre comunità? Ad esempio: da dove proviene l'acqua? E' pulita? ecc.

Nel servizio gli abitanti vengono interpellati e posti nelle condizioni di esprimere il loro punto di vista: in questo modo lo spettatore è in grado di intuire che essi stanno cercando di fare qualcosa per contrastare l'epidemia?

Controllare i fatti

La scelta di mostrare gli interni delle abitazioni che impatto ha sullo spettatore? Quali stereotipi vengono riproposti e confermati, e in che modo?

Che ricordo avrà lo spettatore di questo pezzo?

Il prossimo pezzo riguarda un fatto che si svolge in Croazia, pertanto è necessario fornire alcune informazioni circa il contesto politico-sociale in cui ha luogo la vicenda.

2.3 Incidenti etnici a Biljane Donje

HRT: Dnevnik - principale telegiornale della sera, quotidiano, canale 1, 19:30, Tx: 25, 26, 27.07.2006

La Guerra di Indipendenza Croata è cominciata all'inizio degli anni '90, quando la Croazia ha proclamato la propria indipendenza dalla Repubblica Socialista della Jugoslavia, ed è durata dal 1991 al 1995. Il conflitto vedeva schierati da un lato i croati, che volevano l'indipendenza, dall'altro serbi, che volevano rimanere in Jugoslavia o estendere i propri confini ad alcune aree croate a maggioranza serba o laddove i serbi costituivano una minoranza influente.

Da entrambe le parti ci sono state molte vittime e rifugiati.

Dieci anni fa, nel 1997, i rifugiati serbi hanno iniziato a rientrare nelle loro case in Croazia, ma si tratta di un processo lento e graduale di re-integrazione, perché spesso, una volta tornati, non sono ben accolti dalla popolazione locale.

Qualche anno fa la famiglia serba Skoric è rientrata nella sua casa nel villaggio di Biljani Donji, vicino Skabrnja. Il governo croato ha provveduto al ripristino della loro casa e due anni fa il primo ministro ha fatto visita alla loro abitazione. Si tratta di una situazione molto delicata perché i serbi stanno tornando là dove molti croati furono uccisi durante il conflitto.

Nella notte tra il 24 e 25 luglio 2007 quattro croati hanno attaccato la famiglia serba SKORIC.

I seguenti servizi sono stati trasmessi in tre serate consecutive:

25.07.2006 (2'50")

Il servizio relativo all'incidente inizia con le immagini di archivio risalenti a due anni prima, quando il primo ministro visitò la famiglia Skoric nella loro nuova casa. Viene spiegato cosa è accaduto durante la notte, e un membro del Parlamento che rappresenta la minoranza serba sostiene che si è trattato di un attacco etnico.

Un rappresentante locale del partito serbo si dichiara indignato per il comportamento dei politici, che non si recano mai sulla scena del crimine per condannare simili episodi.

La vicenda si svolge in piena estate, quando tutti i politici, sia statali che locali, si trovano in vacanza.

Controllare i fatti

26.07.2006 (1'57")

Alla notizia segue una forte reazione da parte del governo: il presidente croato e il Vicepresidente del governo visitano la famiglia Skoric e sono gli unici che ad avere voce in capitolo nella storia. Si scopre che uno dei quattro indagati è un ex soldato croato, e solo di sfuggita si vedono gli abitanti croati in protesta. Nel frattempo, i politici locali si trovano ancora in vacanza.

27.07.2006 (2'30")

Quattro di loro sono di Skabrnja e sono stati accusati di discriminazioni razziali ed etniche. Gli abitanti croati di Skabrnja chiedono ai serbi rimpatriati di rivelare chi sono i responsabili dei crimini avvenuti a Skabrnja durante la guerra. Sono arrabbiati perché il governo li ha fatti passare per criminali. Intanto, un politico locale croato è tornato dalle vacanze e viene interpellato.

Le tre storie croate, se prese in considerazione nel loro insieme, danno una visione completa ed equilibrata dei fatti, mostrando un buon esempio giornalismo chiaro e neutrale. Tuttavia, se lo spettatore avesse voluto seguire tutti gli aspetti della vicenda, avrebbe dovuto guardare i notiziari per tre giorni.

È giusto che solo i politici abbiano voce in capitolo e siano interpellati? Secondo voi il giornalista non si avvicina alle persone comuni per evitare di toccare questioni delicate difficili da gestire? Che cosa è successo agli indagati?

Che cosa potrebbe pensare uno spettatore vedendo soltanto questi tre pezzi? Quale servizio ho proposto delle ipotesi interpretative? se avesse visto solo il primo o il secondo o il terzo pezzo? E quale servizio ha offerto alcune prospettive?

Secondo voi questi servizi mostrano che i giornalisti sono interessati soprattutto al "bene maggiore" (cioè il ruolo della Croazia all'interno dell'Europa)? Ritieni che diano troppo spazio al punto di vista dei serbi e alla loro reazione al comportamento antisociale dei Croati, ignorando invece le legittime e ben più serie problematiche di questi ultimi?

2.4 morti violente tra gli immigrati

RTÉ Capital D, servizio speciale, RTE uno, Tx: 19:00, 16.03.2006 (6'38")

L'immigrazione è un fenomeno molto recente in Irlanda. Le più recenti stime annuali sulle migrazioni risalgono al 1987, anno in cui nel paese entrarono poco meno di 19.000 immigrati. I primi ad arrivare erano soprattutto i richiedenti asilo mentre recentemente un ampio gruppo di immigrati è arrivato dall'Europa dell'est in cerca di lavoro. Nei dodici mesi precedenti all'aprile del 2006 il numero di immigrati in Irlanda era stimato attorno le 86.900 unità, cifra che segna il picco più alto dall'87, anni di inizio del monitoraggio.

Di questi, il 43% era costituito da cittadini provenienti dai 10 nuovi Stati membri dell'UE (26% dalla Polonia, dalla Lituania, il 7%); per la maggior parte giovani: un 54% di età compresa tra i 25 e i 44, e un 28% tra i 15 e i 24 anni. Circa il 10% erano bambini di età inferiore ai 15 anni. Questo servizio indaga sulle morti violente di alcuni immigrati e rivela che in Irlanda il livello di morte violenta tra i gruppi etnici è più alto di quanto ci si possa aspettare.

Controllare i fatti

Pensi che questo servizio sull'Irlanda sia completo ed esaustivo? Chi sono gli esperti intervistati? Quali punti di vista diversi sono presentati? Come vengono mostrate le minoranze etniche. Che tipologie di lavoro svolgono gli immigrati mostrati nel servizio?

Quali statistiche vengono riportate? Credi che siano coerenti con le informazioni fornite nel servizio? e come si confrontano con i dati menzionati nell'articolo? L'uso di statistiche e di grafici è appropriato, o piuttosto è un modo per banalizzare un problema in realtà molto grave?

In quali circostanze sono morte le vittime? Chi sono i colpevoli? Le persone intervistate suggeriscono che sono stati uccisi da altri immigrati, probabilmente in un eccesso di rabbia dovuto all'ubriachezza, e che le tensioni sociali rendono gli immigrati criminali violenti che si mettono l'uno contro l'altro; ma esiste qualche prova di tutto questo? Perché collegare queste morti a dei gruppi etnici diversi tra loro la cui unica cosa in comune è il recente arrivo nel paese?

Vi è accenno a un probabile problema di razzismo? Un accademico ritiene che vi sia un collegamento tra le tragiche morti di persone appartenenti a comunità di minoranza e la mancanza di politiche di integrazione in Irlanda. Infine, qual è il messaggio che vuol far passare questo servizio?

Qual è l'effetto provocato dalla ripetizione dei nomi e delle cause di morte degli immigrati negli ultimi mesi? Credi che sia una tecnica che aiuta a delineare un'identità più chiara alle vittime, o piuttosto è un modo per amplificare il senso di pericolo e violenza, generando insicurezza?

2.5 Gli effetti dell'immigrazione sull'economia nazionale.

TD TVE 2 telegiornale della sera, quotidiano 21:00, Tx: 15.11.2006 (1'03")

In Spagna sono state pubblicate statistiche che mostrano l'effetto dell'immigrazione sull'economia.

Negli ultimi dieci anni la Spagna - tradizionalmente paese di emigrazione - ha accolto più di tre milioni di stranieri provenienti dall'Europa dell'Est, dal Nord Africa e dal Sud America. Più dell'11% dei 44 milioni di residenti sono nati all'estero, e tra questi si stima che vi sia fra il 25% e il 35% di irregolari. Dal 2000 La Spagna ha concesso il permesso di soggiorno a più di un milione di persone che potevano dimostrare di avere un impiego. Pur avendo una delle percentuali europee più elevate di immigrati, la Spagna presenta una conflittualità sociale relativamente bassa.

Ritieni che questa premessa con le statistiche possa controbilanciare i tanti pregiudizi negativi sugli immigrati? Cioè: la "crudezza" dei fatti e delle cifre raggiungono questo obiettivo?

Le cifre fornite rispecchiano i termini utilizzati? Ad esempio, che cosa è un immigrato? Le cifre includono anche gli immigrati clandestini? I dati includono anche gli immigrati provenienti

Controllare i fatti

dai nuovi paesi dell'Unione europea? E i cittadini europei in pensione? Nessun immigrato viene intervistato. Perché le immagini mostrano soltanto lavori manuali? Che dire di quelle professioni che richiedono più della semplice forza fisica?

Credi che una tale rappresentazione possa influenzare la percezione e la rappresentazione degli immigrati in Spagna? Pensi che nel tuo paese questo servizio sarebbe ignorato perché considerato troppo "politically correct"? Ritieni che si tratti di un pezzo tutto sommato ben fatto, anche se con qualche immagine "stereotipata"?

2.6 Le questioni sollevate dal Niqab

NPS / VARA, Nova, attualità, 22.30 Tx: 28.01.2003 (5'50")

Per oltre 400 anni i Paesi Bassi sono stati una società multiculturale, con ampie comunità ebraiche (fino al 1945), protestanti e cattoliche che hanno sempre convissuto fra loro. Dal 1950 una grande comunità indonesiana si è stabilita nei terreni coloniali, attraendo immigrati provenienti da Suriname, Marocco e Turchia.

Negli ultimi anni, è nata un' accesa discussione sull'uso del niqab, dal momento che alcune studentesse hanno deciso di indossarlo. Parte del programma Nova tratta di questo tema attraverso dei reportage e mostrando il punto di vista della città e delle autorità scolastiche.

Che cosa intende comunicare il giornalista mostrando immagini al rallentatore di donne velate dall'effetto "drammatizzante"? Qual è l'effetto della musica? Che cosa si vuole insinuare su queste persone e sul loro modo di vestire?

Qual è veramente il punto? La politica della scuola o il motivo per cui le ragazze decidono di indossare il niqab? In realtà, quanto è diffuso l'uso del niqab nei Paesi Bassi? Il servizio mostra cifre e dati a proposito?

Ritieni che questo sia un buon esempio di giornalismo? Chi sono gli esperti interpellati? Chi dovrebbe essere lì per partecipare alla discussione?



3. Chi vediamo?

Trattare la diversità non consiste soltanto nella capacità di contare il numero di volti etnicamente diversi sullo schermo. L'aspetto più importante riguarda il modo in cui essi sono rappresentati e trattati nei servizi.

Oltre a rappresentare le diverse popolazioni attraverso una copertura mediatica veritiera ed obiettiva; abbiamo bisogno di essere sicuri che vengano rappresentati in tutta la loro varietà.

Troppo spesso nelle storie sull'immigrazione, sulle minoranze, sulla delinquenza e sul terrorismo. I soggetti non vengono ascoltati. Chi sono gli esperti interpellati a proposito?

Nelle questioni che riguardano la scienza, la formazione ed i problemi dei consumatori, i protagonisti rappresentati sono di diverse etnie? Chi sono gli esperti intervistati?

Chi vediamo?

Quesiti per i giornalisti

Sei consapevole dei criteri in base ai quali scegli i soggetti da intervistare?

Non dare sempre al pubblico ciò che si aspetta o ciò che desidera. Trova nuovi punti di vista e non seguire sempre il consenso dei media.

Fino a che punto è giusto interpellare nuovi esperti oltre a quelli utilizzati dalla tua redazione? Cerchi sempre di offrire anche le opinioni ed i punti di vista delle minoranze?

Quando mostri persone appartenenti a gruppi di minoranza, lo fai perché ce n'è realmente bisogno?

Ritieni che sia una tua responsabilità cercare di controbilanciare gli stereotipi?

I servizi televisivi

3.1 Els matins, talk show del mattino, nei giorni feriali Tx: 28/09/2005 (4'33")

Sebbene fino a poco tempo fa la Spagna fosse un paese di emigrazione, dagli anni '50 in poi in Catalogna vi è stato un intenso flusso migratorio di lavoratori provenienti da altre aree più povere del paese. Negli ultimi cinque anni, in Catalogna la popolazione immigrata è cresciuta dal 2,3% al 13,4%. In un arco di tempo così breve, le città e villaggi sono talmente cambiati che la popolazione locale comincia ad avere difficoltà ad adattarsi. Dopo l'attacco terroristico a Madrid nel marzo 2005 si è diffusa solo un po' di ostilità nei confronti delle popolazioni del Nord Africa. Tuttavia, secondo l'European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC) – oggi Agency for Fundamental Rights (FRA) - l'islamofobia è in aumento all'interno dell'Unione Europea, compresa la Spagna.

Analizza l'allestimento della sala di registrazione dove si svolge questo "dibattito" : cosa provoca il movimento della telecamera? La scelta di posizionare l'intervistatrice dietro la scrivania, così come il suo linguaggio del corpo, mostrano delle gerarchie di potere all'interno del setting? In questo servizio si mostra come sia possibile, nel corso del dibattito, non mettere mai in discussione i pregiudizi e le supposizioni di fondo del conduttore. Come si può garantire un dibattito equo e significativo contrapponendo una presentatrice esperta a tre "novizi della TV"? Come si è comportata la conduttrice? Che cosa avrebbe potuto fare per moderare veramente e per assicurarsi che i partecipanti fossero in grado di avere voce in capitolo?

Che impressione avrà lo spettatore dei musulmani? Sono messi nelle condizioni di spiegare il loro stile di vita e la loro scelta di indossare il velo? Se no, perché?

Le minoranze all'interno del paese, invece, che idea si potranno fare della società e della TV spagnola / catalana?

Chi vediamo?

3.2 Discussione sul velo

ZDF 'Drehscheibe Deutschland' (rivista di informazione con un focus sulle diverse regioni Tedesche), 12:15 - 13:00, Tx: 30.10.2006 (2'30")

Il presente servizio descrive il controverso dibattito causato da due politiche tedesche di origine turca: le due donne hanno chiesto alle donne turche che vivono in Germania di rinunciare ad indossare il velo.

In Germania vi è stato un lungo dibattito circa il velo musulmano. Nel 2003 un' insegnante con origini turche vinse una causa presso la Corte costituzionale che stabilì che lo Stato federale del Baden-Württemberg non poteva sospenderla dall'insegnamento per il fatto di indossare il velo durante le lezioni. Dopo questo verdetto lo Stato federale ha promulgato una legge che vieta il velo, e in seguito, altri sette Stati federali hanno emanato una normativa simile. Secondo un recente sondaggio ZDF, il 29% dei tedeschi non amano il velo islamico, mentre il 70% non prestano attenzione alle donne che lo indossano.

Chi viene messo in evidenza in questo pezzo, e a che tipo di discussione tende? Che cosa noti riguardo al tempo concesso a ciascun intervistato? Ti sembra equo? Quale pensi che sia l'opinione del giornalista che ha condotto le interviste?

Questo pezzo dimostra che possono esistere opinioni diverse e tanti punti di vista all'interno di una comunità. Tra le opinioni espresse, quale ritieni che rappresenti il "giusto approccio" al problema? Pensi che ci sia il messaggio implicito secondo cui le donne dovrebbero rinunciare al velo? Ma non è una visione molto "Eurocentrica"?

Quali sono le altre tematiche al centro di questo pezzo? Che cosa ricorderanno gli spettatori: la questione dell'uso o meno del velo, o la campagna di odio e le minacce?

3.3 Una Scuola di Berlino

ZDF heute "-Journal" (news magazine), quotidiano 22:00-22:25, Tx: 30.03.2007 (3'04")

Nel marzo 2006 i media tedeschi parlarono dei problemi di una scuola di Berlino in cui i conflitti e la violenza resero quasi impossibile il normale svolgimento delle lezioni, tanto che il personale presentò le proprie lamentele all'amministrazione cittadina attraverso una lettera. Un anno più tardi, i programmi di notizie di ZDF mostrarono i miglioramenti apportati: delle lezioni di boxe ed un progetto musicale avevano migliorato la situazione.

L'83% degli alunni di questa particolare scuola di Berlino sono di origine straniera. In media, nelle scuole tedesche "Hauptschule" il 19% degli alunni è costituito da immigrati. (la Hauptschule è un tipo di scuola secondaria a cui si accede dopo quattro anni di scuola elementare e cinque di istruzione secondaria e consente di ottenere un "diploma di laurea").

Secondo i dati ufficiali, in Germania 15,3 milioni di persone su 82,5 milioni di abitanti appartengono a una minoranza etnica (18,5%). La quota di stranieri - vale a dire di persone che non possiedono un passaporto tedesco - è dell'8%. Nel complesso, chi appartiene ad una minoranza etnica risulta meno istruito: il 10% non ha ottenuto un diploma scolastico (rispetto al 1,5% di persone che non fanno parte di una minoranza etnica), il 51% non ha ricevuto alcuna formazione professionale (rispetto al 27%).

Chi vediamo?

Ecco dalla Germania un articolo che segue al primo servizio che si occupò della notizia della scuola. Si tratta di un buon esempio di come un vecchio articolo sui problemi educativi legati all'interculturalità possa avere un seguito positivo, anche la notizia non è più all'interno dell'agenda dei media.

L'articolo parla dell'importanza del ruolo dei media nel ritrarre questo tipo di eventi e situazioni. Qual è l'impatto di questa rappresentazione della scuola? Potrebbe essere cambiata? Come?

Che tipo di interazione esiste tra studenti ed insegnanti, e tra studenti di culture diverse? Il fatto che molti dei ragazzi della scuola facciano parte di una minoranza viene sottolineato, o anche solo menzionato?

Qual è l'approccio al problema adottato in questo articolo? Che cosa ci dice riguardo a questa scuola con così tanti problemi? In che modo la scuola si occupa di questi problemi? Che cosa figurava e figura tutt'oggi come nodo centrale di questo tipo di problema? Quali sono le serie ripercussioni di questo problema, anche al di fuori della scuola?

Cosa c'è alla base di questo problema, secondo il punto di vista espresso nel pezzo? L'appartenenza etnica o le condizioni di povertà?

3.4 Immigrati sub-sahariani abbandonati

TVC notiziario di mezzogiorno, tutti i giorni, 15:00 Tx: 28.08.2006 (2'45")

Anche se è statisticamente dimostrato che gli immigrati entrano principalmente per via aerea, i notiziari dichiarano quotidianamente che molti cittadini sub-sahariani arrivano su imbarcazioni di fortuna. Visto che spesso le navi vengono intercettate prima che tocchino terra, questi gruppi cercano nuove rotte sempre più rischiose, così che ogni giorno, attorno alle isole Canarie, si scoprono navi alla deriva, spesso cariche di cadaveri.

In questo servizio si racconta la storia di un gruppo di migranti sub-sahariani abbandonati nel deserto dal governo marocchino dopo che il loro peschereccio, diretto verso le isole Canarie, era finito sulla costa marocchina.

Attraverso la televisione catalana lasciamo l'Europa per incontrare chi sta cercando di superare enormi difficoltà in cerca di una vita migliore: come vengono mostrati questi immigrati clandestini mancati? Credi che questo servizio mostri in modo diverso dal solito le persone che si trovano in una simile situazione?

Ritieni che la possibilità di ascoltare le testimonianze delle persone direttamente coinvolte offra una visione più chiara dei motivi per cui sono spinte a compiere gesti così estremi? Credi che questo si tratti di un buon modo per far capire meglio agli spettatori il problema?

Che cosa manca in questo servizio? Perché non ci sono dichiarazioni da parte delle autorità, sia marocchine che Mauritane?

Ritieni che sia giustificato l'uso di immagini drammatiche e suggestive per illustrare la vicenda? È un buon modo di rappresentare una data realtà? In caso affermativo, non sarebbe necessario

Chi vediamo?

chiarire meglio il contesto di riferimento, visto che la stragrande maggioranza degli immigrati clandestini entra in Europa dagli aeroporti con visti turistici?

Pensi che lo spettatore sia fuorviato dal racconto nel suo complesso e dalle immagini? I fatti sono esasperati e distorti? Credi che una simile rappresentazione dei fatti faccia più male che bene?

3.5 VRT Meteo specialista

VRT Het Journaal, notiziario principale, 19.30 Tx: 13.03.2006 (1'40")

La natura sta ancora dormendo e siamo avvolti nei caldi montgomery perché fuori fa ancora molto freddo. Molte persone ne hanno abbastanza di questo freddo. Karim Hamid, un meteorologo dell'ufficio meteorologico nazionale KMI in Belgio spiega perché le temperature sono ancora così basse a marzo.

È evidente che l'esperto proviene da una minoranza etnica?

Quali effetti può avere presso il pubblico la visione di un professionista che svolge il suo lavoro in tv? Che cosa ci dice a proposito della condizione delle minoranze nella società fiamminga?

3.6 Donne nel mondo del business e dell'economia

DW-TV, made in Germania, 19:30 Tx: 06.03.2007 (2'45")

In occasione della Giornata Internazionale della Donna, l'8 marzo, la rivista "Made in Germany" affronta il tema del ruolo delle donne nel mondo degli affari e dell'economia. Una delle quattro donne manager intervistate è Roya Ulrich, responsabile IT della Daimler Chrysler, arrivata dall'Iran in Germania all'età di 18 anni per studiare la sua materia preferita (Information technology). E' convinta in questo settore non ci siano limiti o restrizioni alla sua carriera.

Questo è un buon esempio di come in un articolo tradizionale sia possibile descrivere la storia una persona appartenente ad una minoranza. Tuttavia, ritieni che questa storia sia stata raccontata soltanto per via della ricorrenza (8 marzo, Giornata Internazionale della donna)?

Ritieni che un giornalista debba cercare anche storie e soggetti che vadano fuori dagli schemi? E cosa accade se non sono ritenuti abbastanza interessanti?



4. Chi sceglie le storie?

I programmi di informazione aggiornano i telespettatori sugli eventi che accadono all'interno della comunità e nel resto del mondo, ma ovviamente vi deve essere una selezione dei fatti più importanti o interessanti da notiziare.

I telespettatori che non "si vedono" mai rappresentati sullo schermo finiscono, comprensibilmente, per sentirsi irrilevanti dal punto di vista sociale. La televisione può trasmettere un senso di appartenenza e di cittadinanza, oltre ad offrire importanti modelli di riferimento per i bambini delle comunità di minoranza? Cosa implica tutto ciò?

Mostrando diversi punti di vista e opinioni si può riflettere meglio sulla società europea e sul resto del mondo.

Che cosa si intende per "noi"?

Chi sceglie le storie?

Quesiti per i giornalisti

Fino a che punto le tue opinioni personali influenzano la scelta degli argomenti da trattare? Sei pienamente consapevole delle tue ipotesi personali sulle diverse questioni?

Sei aperto a mostrare una storia da diversi punti di vista?

Nel tuo lavoro impieghi del tempo a cercare più fonti e a non limitarti ad interpellare solo gli opinion leader, ma anche i membri della comunità?

Fino a che punto il problema della diversità influenza la tua scelta degli argomenti e dei protagonisti? Riesci sempre a mantenere gli standard di un "giornalismo indipendente"?

Ritieni che sia una tua responsabilità interrogarti sull'impatto – positivo o negativo - del tuo lavoro sulla società?

I servizi televisivi

4,1 Guardia civica Rom

MTV, Duna TV, Danubio TV, programma d'informazione giornaliero, 18:00, Tx: 10.03.2004 (1'45")

La popolazione rom costituisce il secondo gruppo minoritario in Slovacchia. Sebbene si stimi che circa un terzo abbiano un tenore di vita paragonabile a quello della maggioranza della popolazione, il resto della popolazione rom tende a soffrire in maniera sproporzionata di tassi di povertà più elevati, di problemi quali la disoccupazione, l'analfabetismo, la criminalità e le malattie. Nel 2005 gruppi di Rom che vivevano in Slovacchia insorsero contro l'aumento dei prezzi, e ci fu qualche saccheggio, in particolare di prodotti alimentari. La regione fu messa sotto stretto controllo militare e di polizia per alcune settimane. In seguito il governo ha creato la "guardia civica rom", in modo che i rom si occupassero del proprio popolo.

Il primo servizio fornisce informazioni ai telespettatori in Slovacchia e all'estero ed illustra i problemi di un contesto del quale la maggior parte della gente conosce poco.

Quali pensi che siano le convinzioni del giornalista sui rom? C'è un tentativo di presentare i fatti nel loro contesto?

Cosa ci potrebbero raccontare i genitori e i bambini rom su questa guardia civica? Dovremmo sapere se essi ritengono che la guardia civica sia una buona idea o meno? Chi ascoltiamo? Vediamo il capo delle guardie civiche rom e il direttore della scuola, è un buon modo di rappresentare la questione?

Che impressione viene rafforzata in questo pezzo? Cosa ci dice sullo stile di vita dei rom e dei loro figli?

Chi sceglie le storie?

4.2 Vicini

NPS PRETime, magazine d'attualità settimanale, 16:35 (attualmente 20:30) Tx: 27.04.2003 (4'08")

PRETime è una trasmissione presentata da Prem Radhakishun, uno schietto avvocato nato in Suriname che indaga sulla qualità della società multiculturale olandese.

Questo pezzo si riferisce ad una lite in un quartiere di Amsterdam. Una donna del Suriname viene invitata dal padrone di casa ad indossare le pantofole quando cammina da una parte all'altra del suo appartamento, perché il suo vicino del piano di sotto ha dei problemi con le sue abitudini rumorose. Ma lei pensa che il suo vicino sia un razzista e ci dice che si lamenta anche quando lei non è nei paraggi. Prem cerca di risolvere questa disputa.

In che modo viene trattata questa storia universale che viene dai Paesi Bassi ma riguarda una controversia fra vicini che potrebbe succedere ovunque? È opportuno affrontare questi temi con humour?

Il pezzo non evita i tabù: se il razzismo è un problema, lo si mette in discussione e le persone all'interno del programma ne parlano. È un modo efficace di "smantellare" questo tipo di questioni delicate? Riesce in una certa misura a minare gli stereotipi?

I vicini hanno un'età superiore ai 65 anni (anche l'età è un aspetto della diversità). Come descriveresti il giornalista? Le sue origini influiscono sulla sua trasmissione?

Qual è il messaggio? Che i problemi nascono fra le persone, piuttosto che sulle questioni teoriche, e che alcune cose sono universali, non solo quindi determinate dall'origine etnica, religiosa o culturale?

4.3 Decorazioni natalizie / Ristorante polacco

ITV Central Tonight, programma d'informazione regionale 18:00, Tx: 5.12.2006 (50")

Lavoratori immigrati spiegano di non sentirsi offesi dalle decorazioni natalizie. Alcuni consigli comunali nel Regno Unito, come quello di Birmingham, hanno ribattezzato il Natale come "Winterval" per non rischiare di offendere i non cristiani. Questa offesa è una supposizione suggerita, forse, al fine di creare un dibattito, e può scatenare la difesa rabbiosa di alcuni giornali fino a sfiorare il razzismo. Tuttavia non ci sono mai interviste con coloro che si suppone vengano offesi da tali riferimenti religiosi.

I giornalisti del programma d'informazione regionale di ITV hanno scoperto che i musulmani, gli indù e gli atei non si sentono affatto offesi, così hanno deciso di fare una prova, portando fisicamente un gruppo di persone della comunità a maggioranza musulmana dei distretti di Sparkhill e Sparkbrook in una zona con molte decorazioni per vedere e sentire le loro opinioni.

Chi sceglie le storie?

Anglia News, programma d'informazione regionale 18:00, Tx: 28.08.2006 (45")

Alcuni immigrati curdi hanno aperto un ristorante polacco a Peterborough, in una zona a forte immigrazione polacca; che attualmente ha una popolazione di circa 164.000 abitanti. Gli ultimi arrivi dall'estero ammontano a 20.000 immigrati di cui circa 8.000 sono polacchi. Un numero relativamente alto di immigrati provengono anche dalla Lituania e dal Portogallo.

La crescente popolazione polacca non aveva nessun locale dove poter mangiare cibi tradizionali polacchi, ma i due fratelli curdi hanno notato la nicchia di mercato e quindi hanno aperto il ristorante dando lavoro anche ad alcuni polacchi, tra cui la cameriera intervistata.

Questi due brevi servizi realizzati dalle sedi regionali di ITN sono leggeri, tuttavia trasmettono messaggi importanti.

a) Quali concezioni e stereotipi sui musulmani vengono smantellati?

Avrebbero avuto un impatto maggiore, se altre persone - per esempio donne - fossero state intervistate al mercato?

b) Questo servizio illustra modi alternativi di risolvere le questioni, con umanità e humour.

Come vengono presentate le questioni legate all'immigrazione, come un'opportunità o come un problema?

Fatti e cifre sono contestualizzati? Si tratta di un esempio positivo di imprenditorialità degli "immigrati"?

4.4 Ali Abood: Un iracheno venuto in Svezia

SVT RAPPORT, programma d'informazione quotidiano, 19:30, Tx: 13.03.2007 (3'20")

Oggi la popolazione svedese di origine straniera costituisce circa il 15%. Se si sommano coloro che sono nati in Svezia, ma con uno dei genitori nato all'estero, si arriva approssimativamente al 20% della popolazione.

In Svezia molti rifugiati iracheni si sono stabiliti in città in cui ci sono già molti altri immigrati. A Södertälje si trovano molto bene, poiché l'arabo va altrettanto bene dello svedese dal dentista, presso i servizi locali per gli alloggi e in banca. Circa il 36% della popolazione di Södertälje ha origini straniere - più di 64.000 persone - e questa percentuale sale al 50% se si contano anche i bambini con uno dei genitori nato all'estero e l'altro genitore svedese di nascita. Il giornalista è di origine palestinese (padre palestinese, madre svedese). Lui stesso è cresciuto a Södertälje e vive ancora lì.

Chi sceglie le storie?

Chi è il giornalista, autore di questo servizio e cosa si nota di lui?

Pensi che il pezzo sarebbe stato diverso se lo avesse fatto un giornalista che non parla arabo?

Nella vostra struttura ci sono giornalisti/producer/redattori di origine straniera?

Quali contatti avete nelle aree popolate da immigrati o da altre componenti che potrebbero essere poco rappresentate nella vostra struttura? Avete preso in considerazione di lavorare con corrispondenti e stringer in queste aree?

Quanti nomi di esperti/contatti che non appartengono alla comunità maggioritaria avete nella vostra agenda?

4.5 Un'assurda guerra culturale: dibattito sul velo in piscina

Monitor, ARD / WDR 20:15, Tx: 08.01.2004 (5'57")

Attualmente, in Germania quasi il 20% della popolazione è di origine straniera. La percentuale è aumentata soprattutto nelle aree urbane. Per quanto riguarda i giovani, uno su tre vive in una famiglia di origine immigrata. In Germania il gruppo minoritario più numeroso è quello turco. Complessivamente più di tre milioni di musulmani vivono in Germania.

Nella zona di trasmissione di Westdeutscher Rundfunk (WDR) una persona su quattro è di origine immigrata. Una situazione analoga è in Baviera, dove si svolge il reportage "Un'assurda guerra culturale: dibattito sul velo in piscina".

In che modo questo servizio affronta il tema? L'opinione del giornalista è evidente? È appropriato il tono ironico? Come vengono trattati gli oppositori alla giornata della piscina al femminile?

Il giornalista lascia che gli oppositori esprimano la loro opinione secondo la quale queste iniziative sono parte di una strategia volta a diffondere l'Islam in Germania. Questi pareri devono essere mandati in onda? Vengono confutati?

Cosa ricorderà lo spettatore dei problemi e delle persone coinvolte?

Chi sceglie le storie?

4.6 La comunità musulmana dopo l'11 settembre è stigmatizzata come quella irlandese, dopo gli attentati dell'IRA nel 1974.

BBC English Regions, "Inside Out - West Midlands" magazine settimanale d'attualità. Tx: 26.09.07 (10'14")

Dopo una serie di attentati dell'IRA nel 1970, gli irlandesi a Birmingham furono oggetto di un'ondata di pregiudizi, molestie e violenza. La comunità irlandese oggi vive in armonia con il resto della popolazione. Dopo l'11 settembre ed i successivi provvedimenti anti-terrorismo nel Regno Unito, i musulmani sono diventati il bersaglio di una nuova ondata di pregiudizi. Questo si riflette anche nella rappresentazione negativa da parte dei media. Persone di spicco di origine irlandese oggi chiedono sostegno per la comunità musulmana. Paddy Hill, che è stato ingiustamente imprigionato per terrorismo, sollecita alla solidarietà.

A chi si rivolge questa storia? Interessa solo le due comunità menzionate o un pubblico più vasto? Quale pensi che sia l'opinione del giornalista? C'è una varietà di intervistati pertinenti? Perché sono stati scelti? Che cosa dicono ai telespettatori? Comunicano divisione o inclusione?

Come viene presentato il problema principale? Il contesto è sufficientemente illustrato anche per coloro che non conoscono la situazione degli anni Settanta?

Il giornalista traccia un parallelo tra il 1970 e oggi per quanto riguarda gli errori giudiziari nei confronti di presunti terroristi. Ritieni che il paragone sia corretto e pertinente?

Che cosa si ottiene con questo confronto tra due comunità stigmatizzate?

Qual è il significato del "sostegno irlandese"? Quanto è importante il fatto che Paddy Hill sia noto nella sua comunità e nel Regno Unito in generale?

Il suo "messaggio" di invito a non isolare e stigmatizzare i musulmani ha più rilevanza di quanto ne avrebbe avuto se fosse stato inserito nella narrazione? Perché?

5. Un passo avanti

Le Emittenti del servizio pubblico dovrebbero essere lo specchio dell'audience alla quale si rivolgono, se vogliono mantenere la propria posizione ed essere in grado di sopravvivere in un mondo sempre più globalizzato. Ciò ha un senso sia da punto di vista commerciale e del business sia perchè aiuta la coesione sociale.

È quindi importante che le aziende del servizio pubblico radio televisivo rappresentino accuratamente le realtà sempre più diverse e multiculturali della nostra società. Questa è anche un'opportunità creativa per rendere i programmi più interessanti e coinvolgenti raccontando storie e prospettive analizzate da una pluralità di punti di vista.

Assumetevi dei rischi ed abbiate il coraggio di provare qualcosa di nuovo, di realizzare programmi che siano rivolti sia alle minoranze, che a tutto il pubblico in generale.

Fate sentire le minoranze parte del tutto. Non vi accontentate di inserire dei volti "simbolo" per dare l'impressione che qualcosa si stia muovendo.

Voi potete scegliere chi passa sullo schermo.

Un passo avanti

Quesiti per i giornalisti

Cercate di selezionare colleghi portatori di prospettive culturali diverse in redazione?

Vi aspettate che il vostro pubblico possa accettare volti nuovi e nuove prospettive, o pensate che vogliono vedere sempre gli stessi? Avete mai provato a sorprenderli, e quali sono stati i risultati?

I servizi televisivi

5.1. Un hobby molto tedesco

'ZDF-show Morgenmagazin' programma della mattina, nei giorni feriali, 05:30-09:00, Tx: 15.03.2007 (2'57")

Moon Suk, di origine coreana, appare regolarmente nella trasmissione del primo mattino della ZDF. Nel suo programma prende in esame la cultura tedesca e la società -- spesso facendo il confronto fra le particolarità tedesche e quelle coreane. Nell'esempio selezionato sta visitando persone che coltivano un hobby "molto tedesco": collezionare le cose.

Pensi che una presentatrice come questa giovane donna potrebbe condurre un programma di attualità, o pensi che sia adatta solo per trasmissioni "esotiche" come queste? Non pensi che presentando la diversità come "esotica" la trasmissione sia paternalistica sia nei confronti dei tedeschi che degli asiatici?

In questo pezzo, chi è lo "straniero"? Il fatto che la presentatrice sia coreana, e parli con un accento coreano, rende tutto un pò più "speziato" ed esotico. Questo aspetto gioca un ruolo importante nel dare alla trasmissione e ai telespettatori la possibilità di analizzare "con un occhio esterno" le caratteristiche della vita quotidiana dei tedeschi?

In che modo questa caratteristica divertente delle "peculiarità culturali tedesche", presentate da un'attraente presentatrice asiatica, può far progredire la causa del multiculturalismo, della tolleranza e della diversità?

5.2. SVT Nur Tatal, programma quotidiano della sera, Tx: 15.11.2002 (3'37")

Una giornalista alla quale era stato offerto un lavoro come presentatrice di SVT si è vista rifiutare il posto a causa del suo velo. L'Ombudsman europeo contro le discriminazioni dichiara che l'atto dell'emittente può essere considerato contro la legge. SVT afferma che una presentatrice che indossa un velo può contraddire le esigenze di neutralità che il servizio pubblico deve rappresentare. Questo reportage parla di Nadia, la quale ha dichiarato sempre di non voler diventare un' icona per le donne che indossano il velo. È per questo che lei non è stata intervistata e che è un amico e collega a difendere la sua posizione. Questo servizio è del 2002. Nadia ha accettato di presentare un programma di viaggi e non indossa più il velo quando è in onda.

Un passo avanti

Questo caso interessante che proviene dalla Svezia riguarda uno dei problemi pratici nel campo dell'interculturalità: la delicata questione di indossare il velo - in generale - ed in particolare in televisione per una presentatrice di un'emittente pubblica. Cosa ne pensi del modo in cui il tema è affrontato giornalmisticamente?

Nur è un collega della giornalista/ presentatrice respinta, ma è abbastanza chiaro perché lei non viene intervistata direttamente?

Questo è un modo efficace per promuovere la multiculturalità nella società? Compensa il carattere problematico generalmente attribuito a questa questione?

In linea di principio, dovrebbero essere inclusi anche i punti di vista contro la multiculturalità, contro la società pluralistica ed assimilazionista?

5.3. IDs

NPO, organizzazione delle aziende del servizio pubblico dei Paesi Bassi, 2007

Nel 2007 il secondo canale pubblico - che diffonde principalmente trasmissioni di attualità e di cultura realizzati da oltre dieci emittenti espressione di provenienze religiose e politiche diverse - ha prodotto dei nuovi indicatori locali.

Questo è un buon modo di riflettere la società?

5.4 Ragazze di Halal

NPS, programma d'informazione, serie settimanale di 6 parti, 16:00, Tx: 12.11.2006 (2'08" e 2'40")

Per la prima volta in Europa tre sorelle musulmane olandesi presentano un programma, incentrato sul loro punto di vista e sulle loro opinioni a proposito della società in cui vivono. Il programma è stato molto popolare tra le donne musulmane, e controverso, per coloro che non vogliono vedere donne che indossano il velo sui loro schermi. Questo servizio è stato tratto dalla terza serie, in cui le ragazze hanno seguito le elezioni olandesi e hanno cercato di capirne gli aspetti significativi per loro. Le trasmissioni hanno ricevuto molta attenzione perché sono state in grado di intervistare tutti i politici che volevano, e sono diventate dei personalità mediatiche conosciute.

In questo estratto intervistano il leader del partito laburista, diventato poi Ministro delle Finanze, e il leader del Partito socialista, che ora è all'opposizione.

Su quale presupposto si basa il programma? Che cosa ci dice sul ruolo sociale che hanno queste ragazze?

Quali saranno gli effetti del fatto che esse indossano il velo per gli spettatori musulmani e per quelli non musulmani?

Pensate che siano state scelte perché indossano il velo? Questa è una buona idea?

Pensate che loro presentino opinioni diverse dalle proprie? È necessario?



6. Dire le cose come stanno

Questi servizi televisivi, non trattano solo notizie ed attualità, ma analizzano problemi di interesse generale da un'altra angolazione, e talvolta in un modo più leggero.

Dire le cose come stanno

Quesiti per i giornalisti

Si dovrebbero affrontare le questioni relative alla società multiculturale solo con un taglio serio o si possono provare altre modalità narrative? Quali sono i rischi?

L'umorismo è un buon modo per comunicare su questioni sensibili? Come si può essere sicuri che questo non rafforzerà i pregiudizi?

I servizi televisivi

6,1 Aldith Unkiar, presentatrice del telegiornale della sera, parla di notizie e minoranze (12'25")

NOS video per la formazione sulla diversità per dirigenti e giornalisti (2006)

Una giornalista nata in Suriname analizza i rapporti tra immigrati e popolazioni locali e l'influenza della rappresentazione della TV sugli atteggiamenti. Lei è una delle poche giornaliste nere in redazione e sullo schermo.

Quali temi tratta questo pezzo?

Come riesce a rimettere in questione gli stereotipi giornalistici?

Pensi che questo pezzo, che spiega il modo di rappresentare le minoranze etniche da parte dei media, cambierà la mentalità dei giornalisti che lo vedono?

A quali conclusioni si arriva a dopo aver visto questo pezzo?

6.2. YLE multiculturale

Basaari: Mundo, programmi di informazione, lunedì 17:10-17:40, Tx: 24.10.2005 (2'20")

L'azienda del servizio pubblico finlandese è un'organizzazione molto multiculturale.

Chi pensi che abbia fatto questo pezzo, un giornalista appartenente alla "maggioranza" o ad una "minoranza"? Perché?

Quale messaggio si vuole comunicare? Pensi che sia efficace o che sia alleggerito dall'umorismo? Quali questioni solleva? Qual' è la situazione nella vostra organizzazione?

Dire le cose come stanno

6.3 Bambole e burqa

NPS estratto da una serata tematica di infotainment del '83 , 20:25, Tx: 30.08.2007 (5')

Nell'estate del 2007 nei Paesi Bassi si è svolto un grande dibattito attorno al tema del conflitto tra libertà individuale e valori religiosi. I gay sono stati attaccati, gli organizzatori ex-musulmani sono stati minacciati, i dipendenti pubblici si sono rifiutati di celebrare matrimoni gay, e dopo decenni di "tolleranza" e di politically correct sono state espresse ovunque e senza ritegno opinioni controverse.

In una serata a tema "Bambole e burqa", si sono confrontate per la prima volta opinioni radicalmente opposte per discutere sui dilemmi ed i limiti della libertà; un leader gay, un ex-musulmano, un cattolico tradizionalista, un conservatore protestante, un musulmano ortodosso ed un gestore di un sex shop hanno partecipato ad un dibattito animato dalle "Le ragazze di Halal", le tre sorelle che indossano il velo, insieme ad un, noto presentatore televisivo liberale. Il programma ha raggiunto quasi un milione di spettatori (Internet e TV) e anche dopo la trasmissione se ne è discusso molto. Ha suscitato molte reazioni sia positive che negative ed ha attirato un pubblico giovane, sia di conservatori che di liberali.

Il seguente estratto di cinque minuti mostra i momenti più estremi dello spettacolo, e non riflette in modo equilibrato tutte le discussioni che hanno avuto luogo durante la serata.

NPS ha deciso di produrre questo programma come tentativo di raggiungere il pubblico trovando nuovi modi di discutere i dilemmi che si affrontano oggi nelle nostre società.

Il programma unisce il format dello spettacolo di intrattenimento e quello di un classico dibattito tv. Pensi che sia un buon modo per avvicinarsi a questi argomenti delicati?

Quale pubblico sta cercando di raggiungere questo programma? Si tratta di un modo valido per raggiungere un pubblico più ampio di quello che normalmente guarda un dibattito serio su queste questioni? Un'emittente deve arrivare fino a questo punto per raggiungere quel pubblico?

Si dovrebbe dare spazio a posizioni estreme di ogni genere, o i media dovrebbero ignorarle? Quale pensi che potrebbe essere l'effetto sugli spettatori?

6.4 Bambole bianche e nere

Colourtelly (2007)

"Colourtelly" è una emittente TV su internet lanciata recentemente e destinata alla popolazione nera del Regno Unito. Questo estratto è stato girato con i bambini di una scuola elementare della parte ovest di Londra, e fa parte di un servizio più lungo.

Che cosa mostra questo servizio sui bambini? Le loro scelte riflettono la loro mancanza di autostima o ci dicono qualcosa di diverso?

È possibile che questo servizio possa aumentare la consapevolezza dei giornalisti sui messaggi - subliminali e palesi - che possono essere comunicati tramite i loro servizi, e su quali effetti possono avere sul pubblico giovane?



7. Inventario della diversità

Cose da ricordare quando si fanno servizi giornalistici in materia di diversità, e che si riferiscono alle questioni discusse nelle sezioni precedenti.

DIVERSITY CHECKLIST

- 1. Sono consapevole delle mie convinzioni personali rispetto alle questioni, alle storie e alle persone che ho scelto di raccontare?**
- 2. Sono consapevole del potere delle immagini, delle parole, dei suoni e della musica?**
- 3. Cito l'origine etnica, se non è rilevante per la storia?**
- 4. Passo abbastanza tempo a verificare i fatti? Sono sicuro di usare i termini corretti?**
- 5. Se necessario, mi consulto con i colleghi più esperti e con quelli di diversa origine?**
- 6. Scelgo i soggetti da intervistare in base alla loro rilevanza per la storia o perché mi aspetto che attirino l'attenzione del telespettatore?**
- 7. Cerco una varietà di opinioni tra i portavoce delle minoranze e i testimoni che intervisto?**
- 8. Le persone appartenenti a minoranze sono presenti nei miei servizi per motivi giustificati?**
- 9. Cerco nuovi punti di vista e prospettive per sviluppare ulteriormente la mia storia?**
- 10. Mi pongo come sfida quella di trovare nuove fonti e mettere in discussione il discorso dominante?**
- 11. Rifletto sul fatto che i miei articoli possano perpetuare gli stereotipi?**
- 12. Tengo in considerazione l'impatto che possono avere i miei servizi, non solo sull'opinione degli spettatori, ma anche sulla vita dei soggetti di cui parlo?**
- 13. Mi impegno attivamente a cercare di reclutare colleghi che apportino una diversità di prospettive nella redazione?**
- 14. Sono interessato a culture diverse dalla mia e aperto ad accettare proposte di storie con punti di vista culturalmente differenti?**

Parte seconda



Strumenti utili

Le sezioni che seguono descrivono idee che funzionano, nuove idee che potrebbero essere attuate, riguardo alle politiche di gestione, ma anche ad azioni singole che possono essere molto efficaci senza richiedere grandi mezzi, e che possono essere adattate alla vostra lingua, cultura e situazione nazionale.

Su internet vi sono, naturalmente, molte informazioni disponibili, ma questa parte comprende una selezione non esaustiva di siti web interessanti e pertinenti. Naturalmente, dal momento che questa guida è in inglese, i siti suggeriti sono in lingua inglese. Noi non ci assumiamo la responsabilità per il contenuto di questi link esterni.



8. In redazione

Questa sezione si concentra sulle buone pratiche nella rappresentazione delle comunità minoritarie.

Essa contiene link che i giornalisti possono trovare utili per aumentare la loro conoscenza e la loro comprensione dei problemi delle minoranze, la loro consapevolezza dell'importanza del linguaggio e la loro sensibilità riguardo alle voci delle minoranze tra il pubblico.

Buone pratiche

- **Media Diversity Institute (MDI)** (www.media-diversity.org) è un'organizzazione di Londra, il cui lavoro si concentra sul potere dei mezzi di comunicazione nella riduzione dei conflitti fra gruppi. Ha un sito ricco, con molti documenti, manuali, rapporti e strumenti pratici relativi a tutti gli aspetti della diversità. Ha diverse checklists che sono state sviluppate da giornalisti, professori ed esperti in materia di diversità. <http://www.media-diversity.org/resource%20material.htm>- strumenti pratici per giornalisti.

MDI ha prodotto e pubblicato online diversi **Reporting Diversity Manuals** per aiutare i giornalisti a riflettere sul loro lavoro, con sezioni sull'"Origine etnica" che forniscono suggerimenti su come fare informazione sui vari gruppi etnici e analisi di articoli su questioni riguardanti le minoranze etniche tratti da giornali del Sud-Est europeo.

<http://www.mediadiversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm>

- **Mediawise Trust** (Regno Unito), offre vari articoli, rapporti e linee-guida che illustrano le buone prassi nella rappresentazione giornalistica della diversità. (<http://www.mediawise.org.uk>)

- Negli Stati Uniti Il **Maynard Institute for Journalism Education** consiglia ai giornalisti di verificare i loro racconti confrontandoli con i cinque elementi che maggiormente influenzano la vita e le tensioni sociali: origine etnica, classe, genere, generazione e geografia. Considerando ognuno di questi quando devono coprire storie complesse, i giornalisti sono in grado di comprendere meglio le questioni ed essere più precisi nel loro lavoro. <http://www.maynardije.org/programs/faultlines/>

- Il Codice dei Principi della Federazione internazionale dei giornalisti è stato rivisto nel 1986 per includere il seguente articolo:

7. Il giornalista deve essere consapevole del pericolo che i media amplifichino la discriminazione ed è tenuto a fare il possibile per evitare di favorire forme di discriminazione sulla base, tra le altre cose, della origine etnica, del sesso, dell'orientamento sessuale, della lingua, della religione, delle opinioni politiche e delle origini nazionali o sociali.

- Molti sindacati ed associazioni di giornalisti hanno adottato linee guida o codici deontologici. Ci sono molti modelli diversi, ma tutti i codici sull'etica e la pratica giornalistica si focalizzano sugli obiettivi fondamentali della missione giornalistica. Questi strumenti non risolveranno tutti i problemi di intolleranza nell'ambito dei media, ma possono aiutare i giornalisti a riflettere sulle loro responsabilità e aiutarli a risolvere i propri dilemmi. www.ifj.org Contatto: ifj@ifj.org

In redazione

- La **International Federation of journalists** e il suo gruppo europeo, la **European Federation of Journalists** (IFJ / EFJ) negli anni '90 hanno istituito il gruppo di lavoro internazionale dei Media contro il razzismo e la xenofobia (International Media Working Group Against Racism and Xenophobia - IMRAX), per sviluppare linee guida in materia di razzismo e diversità nei media. Nel 2007 EFJ ha lanciato l'**Ethical Journalism Initiative** per sensibilizzare i giornalisti sulle sfide che devono affrontare in un mondo sempre più polarizzato, spesso dominato da estremismi nella religione e nella cultura.

Documento sui diritti umani:

<http://www.ifj.org/default.asp?Issue=HUMA&Language=EN>

Pubblicazione sulla qualità nel giornalismo:

<http://www.ifj.org/default.asp?Issue=QUALITY&Language=EN>

- **“Razzismo, Xenofobia e Media”** come fare giornalismo in modo più esauriente ed equilibrato su questioni che hanno un impatto sull'origine etnica e sulla fede, nel rispetto della libertà di espressione e dell'indipendenza editoriale.
http://fra.europa.eu/fra/material/pub/general/euromed_en.pdf
- **“Migrazione, una visione d'insieme”** è stato elaborato da **Strategic Information Service (SIS)** della **EBU** e indaga sul modo in cui i media influenzano la percezione delle migrazioni come “problema” politico, e sulla questione libertà di espressione versus libertà di parola.

[http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Media_20Migration_report_tcm6% 20di% 51853.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Media_20Migration_report_tcm6%20di%51853.pdf)

Parole e significati

Siate consapevoli del forte impatto delle parole e di come possano far male e offendere, anche quando non ve n'era l'intenzione.

- Quando citare l'origine etnica o la nazionalità? Un classico test per verificare quando è opportuno menzionare l'origine etnica o la religione, è quello di sostituire le parole che descrivono la nazionalità, la religione o l'origine etnica, e giudicarne la pertinenza. Quando sono utilizzate in uno specifico contesto sociale, queste parole possono rafforzare i pregiudizi e quindi devono essere utilizzate con cautela e solo quando risultano essenziali per la comprensione della notizia. Si dovrebbe mettere sul piatto della bilancia il danno arrecato alla storia quando queste 'etichette' sono assenti e il danno arrecato all'individuo quando queste vengono utilizzate.
- I temi relativi alla diversità sono spesso narrati con parole legate al clima e all'acqua: le ondate di immigrazione, i flussi o le fiumane di richiedenti asilo ... ondata, diluvio, fiumana, inondazione. Quali implicazioni emotive possono causare queste immagini?
- Elabora un 'glossario della redazione' con parole come razza, nazionalità, migranti, emigranti, immigrati, asilo, assimilazione, integrazione, multiculturalismo, ecc., prestando attenzione a come il significato di questi termini si è evoluto e continua ad evolversi nel tempo.

In redazione

- Per aiutare sia i suoi giornalisti sia il pubblico a familiarizzare con i termini corretti, SVT ha pubblicato questi disegni sul proprio sito dedicato alla diversità:



Informazioni di contesto

Incoraggiate le minoranze della vostra zona a preparare guide o schede informative sulle loro comunità e / o religioni, o fatelo da voi.

- Una di queste guide è **British Muslim: Media Guide** di Ehsan Masood, che fornisce informazioni sintetiche, oltre a un elenco di contatti all'interno di organizzazioni musulmane e si propone come fonte di riferimento e strumento di formazione per giovani giornalisti. Si tratta di una risorsa preziosa per chiunque scriva, parli, o interagisca con musulmani, sia in Gran Bretagna sia all'estero. La guida può essere scaricata dal sito: <http://www.counterpoint-online.org/download/305/British-Muslims-Bookmailing.pdf>
- La BBC ha un sito web sulla religione, che fornisce informazioni sulle religioni e sui movimenti religiosi di tutto il mondo, tra gli altri il Bah'ai, il cristianesimo e movimenti meno noti come l'unitarismo, il movimento Rastafari ecc. Il sito offre una panoramica su credo, storia, riti e personaggi famosi e contiene inoltre un calendario delle festività delle varie religioni. <http://www.bbc.co.uk/religion/religions/>
- Siti come **Reporting on Religion 2: A Stylebook on Journalism's Best Beat**: www.Religionstylebook.org che fornisce definizioni dei termini religiosi, e **Stylebook** della **South Asian Journalists Association** che contiene definizioni di parole legate alle religioni e alle società della propria area di riferimento. <http://www.saja.org/resources/stylebook.html>
- Per la copertura giornalistica sui rom, ci sono molti siti, come ad esempio l'accademico Romani Archives Documentation centre <http://www.radoc.net/> o il portale di informazione: <http://www.romea.cz/english/index.php>
Per il "Codice di condotta in materia di informazione sui rom", sviluppato dal network Roma Media si veda: <http://www.rromedia.net/english/index.php>

Educazione dei Media

Trovate portavoce ed esperti delle minoranze entrando in contatto con le comunità locali ma anche incoraggiandoli a familiarizzare con i media.

In redazione

- **Perslink** Questo progetto olandese è stato avviato nel 2003 per migliorare i contatti tra le comunità di origine etnica minoritaria e i media, per offrire attività e formazione per i giornalisti e i portavoce delle minoranze. (<http://www.perslink.nl>)

Per una descrizione in lingua inglese degli strumenti e della metodologia:
[http://www.olmcm.org/dbData/Resources/Perslink% 20methodology.pdf](http://www.olmcm.org/dbData/Resources/Perslink%20methodology.pdf)

- **A Media Relations Handbook for Non-Governmental Organizations** è un manuale in pdf rivolto alle associazioni delle minoranze con suggerimenti per capire i media, comunicare con la stampa, e pianificare campagne mediatiche.
<http://www.mediadiversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm>
- Nell'emittente tedesca **WDR**, i dipartimenti editoriali di lingua straniera, il programma radiofonico di 24 ore **Funkhaus Europa** con la sua enfasi sull'integrazione, e il programma televisivo **Cosmo TV** si sono trasformati in centri di competenza con un forte legame con le organizzazioni e le comunità di origine minoritaria. Gli altri dipartimenti si rivolgono a loro quando sono alla ricerca di esperti e partner per le interviste.
- **Mediam'Rad - ethnic and diversity media in Europe** si occupa di media etnici, multiculturali e della diversità di tutta Europa e di creare ponti con i media tradizionali.
http://www.panosparis.org/gb/migra_mediarnad.php
- L'emittente fiamminga **VRT** organizza "tavoli misti" per i suoi giornalisti e per vari gruppi di origine etnica minoritaria, per discutere di temi specifici, ad esempio quando menzionare l'origine etnica di una persona. In questo modo si facilitano i contatti tra persone che altrimenti non si sarebbero mai incontrate.
- **Mira Media** è il centro di competenza nazionale olandese su media e diversità, e offre consulenza e formazione per i giornalisti, professionisti dei media e rappresentanti di gruppi minoritari, sia a livello nazionale sia all'interno di progetti e partenariati transnazionali.
<http://www.miramedia.nl/uk/europe.htm>
- A volte le iniziative nascono da individui motivati. Un giornalista svedese di "**Sydneytt**", una testata di informazione regionale, ha incontrato otto giovani donne una volta alla settimana per alcuni mesi. Le ragazze hanno imparato a fare interviste, hanno dato un aiuto alla testata, hanno scritto le proprie notizie e fatto pratica di lettura e presentazione. Ciò ha significato che il giornalista e la testata hanno avviato nuovi contatti e per alcune di queste donne la possibilità di trovare la propria strada in televisione. Esse hanno inoltre fatto pratica sul campo e i loro servizi sono stati trasmessi.
- L'emittente televisiva tedesca WDR ha un **Islam file** - una pagina web con tutte le produzioni e le notizie sui temi dell'Islam e sulla vita dei cittadini musulmani in Germania che offre testi, podcast, download.
<http://www.wdr.de/themen/homepages/islam.jhtml>

Ascoltare

Scoprite cosa hanno da dire gli spettatori e le emittenti radiotelevisive espressione delle minoranze. Il primo posto in cui guardare è il vostro posto di lavoro, perché potrebbero

In redazione

esservi più colleghi di origine minoritaria -a vari livelli e in varie funzioni lavorative - di quanti si possa pensare. Potrebbero avere idee e percezioni che vi sorprenderanno rispetto al luogo di lavoro, alle relazioni all'interno della redazione e alle storie scelte.

- **Look Who's Talking: Cultural Diversity, Public Service Broadcasting and the National Conversation** di Mukti Jain Campion è un rapporto molto interessante basato su interviste fatte ad oltre cento autori di programmi in tutto il settore radiotelevisivo nel Regno Unito. Esso prende in esame i molteplici aspetti del processo di realizzazione dei programmi che possono emarginare le voci di chi è al di fuori della società maggioritaria, da quando il programma è commissionato alla produzione, dalla programmazione alla promozione, esplorando le ragioni per cui le persone di origine minoritaria che ricoprono ruoli di responsabilità in ambito creativo ed editoriale sono ancora così poche.
<http://www.nuff.ox.ac.uk/guardian/>
- **The Authentic Voice: The Best Reporting on Race and Ethnicity**, (Columbia University Press, 2006) questo libro, con DVD allegato, è integrato da un sito web www.theauthenticvoice.org che contiene risorse aggiuntive volte ad aiutare giornalisti, educatori e pubblico a migliorare le relazioni tra persone di diversa provenienza ed origine etnica.
- 'Assicurarsi che l'informazione sia appetibile per un'audience più ampia non è solamente la cosa giusta da fare. Sta rapidamente diventando una questione di sopravvivenza. Mentre le nuove tecnologie minacciano di erodere l'audience dell'informazione radio-televisiva, ogni singolo ascoltatore e lettore è importante.' La Radio-Television News Directors Association (RTNDA) negli Stati Uniti ha sviluppato un 'Diversity Toolkit' al quale si può accedere online o che può essere ordinato, e che include interviste con professionisti che provengono dalle minoranze e manager oltre ad estratti di notizie, da utilizzare durante i workshop.
http://www.rtna.org/pages/media_items/diversity-toolkit540.php

In redazione

- La **BBC** ha un sistema on line per i reclami e i feedback dei telespettatori. Il procedimento è spiegato in modo chiaro ed ogni telespettatore può scrivere e aspettarsi di ricevere una risposta entro 10 giorni. Se la risposta non è soddisfacente, altri passi possono essere intrapresi. <http://www.bbc.co.uk/complaints/>
- **WDR**: Nel 2005, un gruppo di rappresentanti Rom ha reagito nei confronti di un programma su "Bambini rom ladri" ritenendolo prevenuto e insensibile. La rete ha risposto invitando i rappresentanti del gruppo Rom a discutere la trasmissione ed ha accettato le critiche. Tra gli autori del programma e i rappresentanti Rom si è instaurato e sviluppato un dialogo.

'Il lavoro è stato interessante, ma non mi piace il fatto che altri giornalisti che lavorano in programmi di informazione giornalieri così come le truppe e i cameraman non considerino la diversità come una questione importante. Devo ammettere che a volte sono un po' stufo della diversità e preferirei occuparmi di temi più importanti, di qualcosa che possa interessare per un'audience più ampia'. (Hana Gelb, giornalista di origine minoritaria, HRT, Croazia)

9. Sul posto di lavoro

L'occupazione è il cuore del problema. Nonostante le comunità minoritarie siano rappresentate negli staff delle emittenti radio-televisive, in posizioni tali da influenzare i contenuti, rimane difficile rappresentare in maniera adeguata certe questioni che le riguardano.

Il mondo radiotelevisivo – e specialmente i suoi vertici – si compone ancora principalmente di persone provenienti dalle comunità maggioritarie. Fino a poco tempo fa era composto principalmente da uomini. Le donne hanno impiegato del tempo per raggiungere gli alti livelli, ma adesso molte ce l'hanno fatta.

Le minoranze restano enormemente sotto-rappresentate. Uomini e donne provenienti da questa categoria hanno indubbiamente un enorme contributo da dare. Hanno il vantaggio di vedere il mondo da un altro angolo. Potrebbero avere più facile accesso alle informazioni su alcune questioni-chiave di tipo sia nazionale che internazionale. Potrebbero apportare un valore aggiunto all'informazione, di fatto, in tutti i programmi.

E', di certo, più facile assumere qualcuno che ci è familiare e che ha intrapreso il percorso tradizionale nella professione. Per questo sono necessarie misure speciali per correggere lo squilibrio, per raggiungere, trovare e formare giornalisti provenienti da retroterra meno familiari che potrebbero considerare la radiotelevisione come un 'negoziato chiuso' - almeno per loro.

I ragazzi giovani di origine immigrata hanno bisogno di incoraggiamento per scegliere una carriera in questo campo; devono essere trovati, reclutati, formati, ed integrati nel posto di lavoro.

Trovare nuovi talenti

... a scuola

Incoraggiare la formazione nel campo dei media per i gruppi minoritari e i giovani, così che possano imparare a comprendere i messaggi dei media, far sentire la propria voce, e pensare ad una carriera nel settore.

- **CREAM Plus** è un progetto pan-Europeo volto a promuovere l'educazione e la ricerca nel campo dei media e della diversità, una delle principali attività è l'organizzazione – nel più alto numero possibile di emittenti pubbliche radiotelevisive europee – della Giornata dei Media per gli studenti delle scuole secondarie. Per un giorno ogni anno i broadcaster che vi partecipano aprono i loro studi agli studenti, i quali possono partecipare a diversi workshop. Altri workshop sull'educazione ai media sono organizzati, in parallelo, per gli insegnanti ed i responsabili dell'orientamento scolastico.
<http://www.olmcm.org/>
- Come funzionano le immagini ed i media? Che cos'è uno stereotipo? **WATCHING THE MEDIA** offre sia informazione sia attività di gruppo per migliorare la comprensione sul funzionamento dei media e per sviluppare la capacità di analisi critica, e ciò contribuisce alla lotta contro ogni forma di discriminazione. Il kit, creato con il supporto del Network Sociale Europeo, include una guida ed un CD-ROM, e può essere ordinato in francese, tedesco ed inglese. <http://www.apte.asso.fr/>
- **Digitales** è un progetto di storytelling (narrazione di storie) che coinvolge giovani provenienti da varie parti dell'Europa, che girano cortometraggi sulle loro vite e così facendo imparano a scrivere una sceneggiatura, inserire le voci fuori campo e elaborare foto o disegni. <http://www.digi-tales.org>
- **VRT** incoraggia gli adolescenti a pensare ad una carriera nella televisione e nella radio organizzando giorni di "contatto" per i ragazzi all'ultimo anno della scuola superiore che spiegano come funzionano i media, ed offrono la brochure 'Professioni nei media', con interviste a giovani professionisti che illustrano il loro lavoro e come l'hanno ottenuto. La brochure è anche disponibile sul sito:
http://www.vrt.be/vrt_master/over/overdevrt_diversiteit_schermen/index.shtml
- **Skillset**, il consiglio per l'orientamento e le competenze professionali dell'industria audiovisiva del Regno Unito, finanziato dal governo e dall'industria radiotelevisiva, offre informazioni riguardo le professioni in tutti i settori dell'industria, statistiche, link, documenti di indirizzo politico ecc..
<http://www.skillset.org>
- Un reporter della principale testata di informazione della **SVT** ha contattato tre scuole nelle periferie di Stoccolma e, con l'aiuto del direttore, ha selezionato dieci alunni scelti per trascorrere una settimana ciascuno nella redazione. I colleghi giornalisti sono diventati sponsor/mentori e sono stati invitati a parlare del servizio pubblico e

Sul posto di lavoro

del giornalismo radiotelevisivo nelle scuole. L'obiettivo è stato quello di aumentare la conoscenza della vita quotidiana in quelle aree, diversificando i soggetti nelle notizie e allo stesso tempo incoraggiando i ragazzi delle periferie a scegliere la professione di giornalisti.

... nella radio

- L'emittente olandese **NPS** ha avviato un programma radiofonico giornaliero di tre ore, fatto da giovani delle aree urbane, che è diventato la loro voce ed ha portato molti nuovi talenti prima a NPS radio ed in seguito a NPS TV.
- **WDR**: Il programma radio multiculturale '**Funkhaus Europa**' organizza regolarmente workshop per migliorare le capacità professionali per autori di programmi di origine immigrata.

... e nella comunità

Creare reti tra aziende mediatiche e media comunitari per il reclutamento; non usare solamente i canali tradizionali per gli annunci di lavoro, utilizzare i media e le reti locali e comunitari.

- **NPS** partecipa a grandi festival multiculturali, prendendovi parte, a volte co-finanziandoli, e realizzando trasmissioni televisive sui festival.
- L'annuale **Settimana Europea dei Media e della Diversità** è stata lanciata nel 2003 per sottolineare la necessità di una maggiore diversità nei media e per avviare un dialogo nuovo e costruttivo tra i professionisti nei media, le ONG e le audience espressione di minoranze. Tra i suoi scopi 'realizzare una società Europea più coesa, in cui sia data voce a tutti i cittadini, con più qualità nel giornalismo e nella realizzazione dei programmi radio-televisivi, così da garantire buon successo economico per i media e la soddisfazione per le aspettative delle audience minoritarie'.

<http://www.olmcm.org/>

Come qualificare chi stai cercando?

Anche se l'origine etnica non può essere specificata negli annunci di lavoro, ci sono modi per segnalare un interesse proattivo all'impiego di personale appartenente alle minoranze.

- Nel 2005 **WDR** ha aggiunto la frase, 'WDR promuove la diversità culturale nell'azienda, quindi incoraggia i candidati con un background migratorio' ai suoi annunci di lavoro, che già includevano riferimenti simili riguardanti donne e persone disabili.
- **SVT** aggiunge ai suoi annunci che 'l'esperienza o la conoscenza di culture e religioni e lingue diverse è un valore aggiunto'.

Sul posto di lavoro

- **NPS** si presenta nei media come l'emittente multiculturale dell'Olanda che è alla ricerca di talenti multiculturali.
- Gli obiettivi delle risorse umane della **BBC English Regions** sono: reclutamento, fidelizzazione e progressione.

Per mantenere gli standard elevati ma anche accrescere e ampliare la base delle candidature, gli annunci di lavoro richiedono 'la capacità di comprendere comunità diversificate'. Questa conoscenza è dunque una delle competenze prese in esame e consente di prendere in considerazione una più vasta gamma di candidati provenienti da retroterra diversi.

Reclutare nuovi talenti

Ricorda che i datori di lavoro tendono ad assumere persone con cui si trovano a proprio agio, che sembrano e pensano come loro.

- **FAIR- Future Adapted Inclusive Recruitment** è un metodo sviluppato in Svezia per trovare la persona migliore per un lavoro, non escludendo la diversità. Il metodo si focalizza sulle competenze lungo tutto il processo di reclutamento. Attenendosi rigorosamente alle domande riguardanti le competenze ed evitando le questioni che vengono alla luce spontaneamente, il processo evita il trabocchetto del 'sentirsi a proprio agio con..'

Come detto da un responsabile di programma: 'Dopo aver reclutato centinaia di persone come producer ero scettico. Ma dopo aver utilizzato il metodo FAIR sono cambiato. Mi ha dato gli strumenti per paragonare i candidati e mi sto battendo affinché tutti lo utilizzino. FAIR è un metodo brillante di reclutamento!' (Si veda l'Allegato 1 per una descrizione del processo.)

FAIR è stato sviluppato dal partenariato europeo Equal di cui fa parte SVT.
www.equalfair.se

- **Eventi Move On Up – BECTU**, un'unione indipendente di operatori radiotelevisivi e dello spettacolo organizza eventi che permettono ai professionisti con più talento che vogliono stabilire contatti e sono interessati alle opportunità di incontrare dirigenti di una serie di aziende. Gli eventi Move On Up sono indirizzati ai professionisti appartenenti alle minoranze etniche che cercano nuove opportunità nei media. Recentemente l'evento si è focalizzato sull'informazione, e più di 70 dirigenti di televisione, carta stampata e radio si sono resi disponibili per un incontro individuale con professionisti interessati a progredire nella loro carriera <http://www.bectu.org.uk/news/gen/ng0291.html>
- **Progetto ROOTS**: Una partnership quadriennale tra la BBC regionale e l'Arts Council England è stata creata per cercare nuove voci e talenti provenienti dalle comunità minoritarie, per svilupparle e favorire l'accesso ai network nazionali. Sono stati individuati undici coordinatori regionali, ed il loro ruolo è stato quello di mettersi in

Sul posto di lavoro

contatto con i nuovi talenti nelle loro Regioni, offrire loro l'opportunità di esibirsi di fronte a nuove audience attraverso la programmazione della BBC ed eventi dedicati alle arti. Contribuendo ai programmi della BBC da una prospettiva culturale gli artisti hanno ampliato i loro contatti e la conoscenza di persone con origini diverse. L'interazione con gli artisti nell'emittente televisiva ha significato per i giornalisti la possibilità di sviluppare nuovi contatti. Il progetto ha lasciato in eredità voci nuove e nuove prospettive nella programmazione.

- **Pact**, l'associazione sindacale dei media del Regno Unito, ha sviluppato la Pact Diversity Guide per aiutare le aziende di produzione e distribuzione indipendenti che ne sono membri a promuovere la diversità all'interno del settore. La guida offre consigli ed esempi per applicare la diversità nella sua accezione più ampia. <http://www.employers-forum.co.uk/www/bcidn/manifesto/2006-action-plans/pact-bcidn-report.pdf>
- **BBC English Regions** tiene un database di candidati non selezionati ma interessanti, così che quando si rende disponibile un'altra opportunità di lavoro possano essere ricontattati.

'Una delle lezioni da condividere con i colleghi è che anche lavorando sull'integrazione e mantenendo una posizione proattiva verso il reclutamento di personale di origine immigrata, è necessario mettere l'accento su qualità e potenziale. La nostra esperienza dimostra che il paternalismo non funziona e nemmeno l'imposizione di quote.' (Gualtiero Zambonini, Commissione per l'Integrazione e la Diversità culturale WDR)

Dare il benvenuto ai nuovi talenti

...rendendo il posto di lavoro un luogo più inclusivo, il che significa formare lo staff con adeguate competenze culturali. Ad esempio, può essere d'aiuto conoscere le festività nelle diverse religioni.

- **NPS** organizza un corso sulle competenze multiculturali per tutto il suo staff. Ciò significa far incontrare gli esperti delle comunità minoritarie con gli autori dei programmi. Inoltre vengono organizzati seminari informativi ad hoc per gli autori dei programmi sui temi dell'islam e su come trattare la società multiculturale nei loro programmi.
- Nel Dicembre 2007 **WDR** pianifica un "**Diversity Day**" con lo scopo di promuovere la cultura dell'accettazione della diversità culturale all'interno dell'azienda, mirata al personale ed ai dirigenti.

WDR ha un programma chiamato 'mobilità e flessibilità' per tutti i suoi 4,400 impiegati. Esso include l'opportunità di scegliere un dipartimento completamente diverso all'interno della compagnia in cui ciascuno può lavorare per quattro settimane e facendo nuove esperienze, ad esempio in uno dei programmi multiculturali.

Sul posto di lavoro

- I sindacati dei giornalisti, le organizzazioni professionali e le azioni congiunte realizzate da questi soggetti possono essere funzionali al miglioramento della rappresentazione della diversità, all'avanzamento professionale delle minoranze nella forza lavoro così come all'aumento della consapevolezza e al miglioramento degli standard di qualità sulla diversità ne media.

Le organizzazioni di giornalisti dovrebbero avere in maggiore considerazione l'equa rappresentazione delle minoranze all'interno della forza lavoro. Bisognerebbe prendere in considerazione non solo il numero delle persone assunte facenti parte di minoranze ma anche assicurare una loro equa distribuzione all'interno della gerarchia organizzativa.
www.ifj.org

'Ho cominciato a lavorare come giornalista Rom e documentarista per la televisione 15 anni fa. Durante tutti questi anni, a dispetto dei piccoli successi, ho dovuto combattere contro l'ignoranza ogni giorno. Spero che questo cambierà un giorno.' (János Daróczi, documentarista di successo, MTV)

Una volta che è stato reclutato un nuovo talento

Sostieni e forma il nuovo collaboratore di origine minoritaria.

- 'Una formazione interna è fondamentale per ogni nuovo assunto. E' molto importante avere programmi permanenti di formazione per le nuove persone che entrano in azienda. Così possono conoscere la compagnia e acquisire le competenze di cui hanno bisogno, anche in materia di diversità.' (Raccomandazione dalla Conferenza ad Essen del 2006 su 'Migrazione ed Integrazione, La grande sfida dell'Europa. Quale ruolo giocano i media?')
- A partire dal 2000, NPS ha creato quattro programmi di formazione annuali per i giornalisti talentuosi, produttori o autori di programmi provenienti da comunità minoritarie. Il programma ha avuto molto successo e la maggior parte dei partecipanti sta tuttora lavorando nei media. E' molto importante selezionare bene i talenti, considerare come si inseriscono nel gruppo ed essere disciplinati nel motivarli a partecipare ad ogni incontro e ad esprimersi il più possibile. E' importante avere delle valutazioni ogni due settimane ed ascoltare attentamente le opinioni dei partecipanti. Più la formazione è personalizzata più i talenti saranno motivati a restare a lavorare in azienda.
- E' molto importante sostenere il personale in formazione mentre muove i primi passi in azienda. La BBC ha avviato un programma di mentoring. (Si veda l'allegato 2 per le linee guida)

'In base alla mia esperienza, i benefici sono reciproci sia per il tutor che per la persona in formazione, da entrambe le parti si acquisiscono capacità e consapevolezza. Ciò risulta spesso sorprendente per i mentori che inizialmente sentono di partecipare per ragioni puramente altruistiche. Ci sono stati casi in cui si è arrivati ad assumere le persone ma, ancora più importante è stato il fatto che il programma è riuscito a scardinare il pregiudizio e a contribuire alla comprensione.' (Rowzat Tayyebkhan, BBC Training & Development)

Sul posto di lavoro

- Ogni anno il gruppo di lavoro sulla diversità alla **VRT** organizza azioni positive per dare alle persone dei gruppi minoritari l'opportunità di acquisire esperienza nelle professioni dei media. Negli annunci di lavoro, le persone di origine immigrata o con handicap sono particolarmente incoraggiate a fare richiesta, e la ricerca di personale è pubblicizzata attraverso reti generali e specifiche (organizzazioni, siti web) delle minoranze. Le posizioni ricercate riguardano ad esempio ricercatori o assistenti alla produzione ai programmi mainstream delle TV, radio o via internet. Allo stesso tempo i candidati possono seguire la formazione interna della VRT in aree come l'editing, l'uso della voce, la scrittura per la radio, etc. Le persone in formazione sono valutate ogni due mesi, con i loro mentori che fanno da punto di riferimento attraverso tutto il periodo.
- Il progetto finlandese **YLE Mundo**, finanziato dal Fondo Sociale Europeo - programma Equal, prevedeva due anni di educazione ai media e programmi di formazione lavoro per i giovani appartenenti a minoranze etniche. Scopo primario era quello di "attenuare, o addirittura eliminare, i confini tra i Finlandesi nativi e gli immigrati". I risultati di questa prima parte di programma sono stati 24 professionisti formati nella televisione, la creazione di un modello di tutoraggio, un programma di formazione lavoro per gruppi multiculturali e inoltre un programma televisivo dato che uno spazio televisivo di 10 minuti è stato riservato alla produzioni realizzate dalle persone in formazione. Il progetto Mundo (2004-2007) ha fatto molto per il tema della diversità nell'YLE e nei media finlandesi in generale. Il concetto di base può essere applicato anche in altri paesi. http://ec.europa.eu/employment_social/equal/practical-examples/employ-07-mundo_en.cfm
- Dal 2005, il progetto '**WDR-grenzenlos**' (WDR-Boundless) ha introdotto giovani giornalisti di origine immigrata alla WDR ed al settore radio-televisivo. Ogni anno, viene data l'opportunità a dieci giovani talenti di partecipare ad una formazione pratica di quattro settimane in diverse divisioni della WDR e ad una formazione giornalistica teorica di due settimane. Molti dei giovani giornalisti che hanno partecipato al programma hanno continuato a lavorare per l'emittente, anche se come free-lance o redattori junior. Da quest'anno, il programma dovrebbe essere ampliato anche alle professioni tecniche. <http://www.grenzenlos2007.de/>
- Durante la Conferenza del 2006 '**Migration and Integration, Europe's big challenge. What role do the media play?**' ad Essen, è stato avviato il programma giornalistico internazionale **Boundless**. Quest'anno 20 giovani giornalisti saranno selezionati per lavorare su un progetto giornalistico multimediale che ha a che fare con i temi relativi all' Anno del Dialogo Interculturale 2008. Lo scopo del programma è di promuovere le competenze transnazionali e interculturali dei giovani giornalisti contribuendo al dialogo tra le culture. <http://www.integration-media.eu/>



10. Misurare i progressi

La legislazione in vari paesi rende impossibile distinguere tra individui appartenenti alle minoranze o alle maggioranze in ogni genere di ricerca o statistica.

Tuttavia, ciò non dovrebbe essere una scusa per non provare a valutare il progresso che è stato fatto all'interno alle aziende radiotelevisive o per non rilevare l'opinione degli spettatori.

Il solo modo di assicurarsi che un progresso c'è stato è di misurare la sua realizzazione effettiva rispetto agli obiettivi che ci si erano preposti. Gli obiettivi devono essere fissati sia rispetto alla programmazione che per quanto riguarda le risorse umane, monitorandoli regolarmente e producendo rendiconti annuali.

E benché non sia ancora stato sviluppato uno strumento perfetto per misurare le reazioni dell'audience di origine minoritaria, ci sono strumenti qualitativi e processi che ne possono indicare tendenze e bisogni.

Misurare i progressi

‘Le riunioni si fanno, vengono dette cose giuste, ma a questo non segue l’azione’ –
produttore televisivo del Regno Unito (da ‘Look Who’s Talking’ di Mukti Jain Campion)

Definisci i tuoi obiettivi e monitora i risultati

- La **BBC** ha stabilito degli obiettivi per garantire che vi sia diversità sia davanti che dietro gli schermi e i microfoni, corredandole da una serie di iniziative finalizzate a promuovere la diversità nelle risorse umane così come nei prodotti e nei contenuti. L’azienda ha raggiunto e sta adesso rivedendo i suoi obiettivi rispetto alla rappresentazione sullo schermo delle persone di colore, dei disabili e degli appartenenti a minoranze etniche. Vi sono anche obiettivi rispetto alle risorse umane che si cerca di raggiungere entro Dicembre 2007: il 12,5% del personale della BBC dovrà essere composto da neri e minoranze etniche.
- Per legge, il 20% dei programmi televisivi della **NPS** ed il 25% dei suoi programmi radiofonici devono essere multiculturali. Se non si raggiungono queste percentuali NPS è multata dalle authority per i media. In generale, nell’azienda del servizio pubblico radiotelevisivo olandese, tutte le idee per nuovi programmi sono valutate in relazione alla loro dimensione multiculturale.
- Le valutazioni fatte da **France Télévisions** sono essenzialmente qualitative, ma annualmente vengono analizzate le azioni positive avviate nel 2004 e la percezione dei telespettatori. Le conclusioni fino a questo momento sono che gli spettatori hanno notato gli sforzi fatti, ma che per metà di loro in Francia, la televisione in generale ancora non rappresenta la popolazione in maniera adeguata.
- **France Télévisions** sta conducendo uno studio statistico sulla diversità nelle risorse umane del gruppo, per valutare se le origini etniche rendono più difficile l’avanzamento delle carriere. Dato che in Francia è incostituzionale discriminare in qualsiasi modo – negativamente o positivamente – sulle basi dell’origine etnica o geografica, l’attività è supervisionata dal CNIL, l’autorità francese per la protezione dei dati.
- La **Giornata europea sul monitoraggio dei media** ha avuto inizio grazie ad **Online/More Colour in the Media** un network composto da partner provenienti da diversi paesi europei. Per i rapporti e le metodologie: <http://www.multicultural.net/edmm/index.htm>
- Ogni due anni, il Dipartimento studi e ricerche della **VRT** conduce degli studi e monitora (in collaborazione con diverse università fiamminghe) la rappresentazione delle minoranze nelle diverse emittenti della televisione fiamminga, inclusi i tre canali della VRT (One, Canvas e Ketnet). I risultati vengono diffusi presso tutti i responsabili dei programmi all’interno e all’esterno di VRT (così come alla stampa e alle organizzazioni della società civile). I risultati possono essere presi in considerazione quando si studiano nuovi programmi e nuove politiche.

Misurare i progressi

- L'indagine nazionale **'Migrants and the Media 2007'** condotta congiuntamente da ARD e ZDF, per studiare l'atteggiamento degli immigrati rispetto ai media in Germania, è giunta ad una serie di conclusioni importanti. Innanzitutto, l'indagine mostra che gli immigrati guardano la televisione tedesca quotidianamente. In questo senso, l'indagine conferma che non c'è alcuna 'società parallela' in termini di utilizzo dei media, aprendo così la strada per l'integrazione mediatica degli immigrati in Germania. Come mostra lo studio, gli immigrati, in particolar modo i Turchi, utilizzano anche i media dei loro paesi di origine, che rappresentano un ponte verso le culture e la lingua di origine, anche se in minor misura rispetto ai programmi in lingua tedesca. È stato nuovamente confermato che una buona conoscenza della lingua tedesca è una pre-condizione per una funzione integratrice dei media tedeschi. Gli immigrati utilizzano la televisione in modo simile all'audience tedesca, soprattutto come mezzo di intrattenimento. I media del servizio pubblico hanno minor presa nell'audience immigrata rispetto a quella tedesca nativa, ma sono apprezzati per la loro competenza e affidabilità.
- L'Istituto per la formazione al giornalismo **Robert C. Maynard** ha prodotto **'Reality Checks'**, uno strumento di diagnosi su web che permette alle testate di informazione giornalistica di valutare velocemente e facilmente la diversità delle loro fonti e la completezza della loro copertura giornalistica.
<http://mendota.english.wisc.edu/~danky/realitychecks.pdf>
- Rappresentanti dei gruppi minoritari sono invitati regolarmente a partecipare al monitoraggio di una selezione di programmi radio-televisivi di **WDR**. Questo gruppo è stato invitato a visionare e discutere il nuovo film WDR 'Wut', che tratta della situazione dei giovani immigrati in Germania, in particolare del problema della violenza.
- Il comitato scientifico **Equality and Diversity** fondato all'interno di YLE nel 2004 ha organizzato:
 - incontri a pranzo con i rappresentanti dei gruppi minoritari nel 2005;
 - un'indagine sulle aspettative dei gruppi minoritari rispetto al servizio pubblico radiotelevisivo nel 2006;
 - un seminario tematico sui contenuti delle serie TV di intrattenimento che hanno a che fare con le questioni delle minoranze nel 2006.
- **NPS**: i programmi multiculturali sono monitorati alla stessa stregua di tutti gli altri programmi in relazione alla qualità dei contenuti e agli ascolti. Più un programma multiculturale si indirizza ad un'audience più ampia più è possibile che venga collocato nella fascia di massimo ascolto. Quanto più è specifico e indirizzato ad un'audience ristretta tanto più facilmente ne rimarrà lontano. Tutti i programmi multiculturali devono dichiarare i propri obiettivi rispetto a tipologia e ampiezza dell'audience attesa. Sempre di più NPS sperimenta nuovi programmi il Sabato e la Domenica pomeriggio.
- **BBC English Regions** ha sviluppato un database ed un software chiamato **'The Portrayal of Minorities'**. È uno strumento utilizzato dai producer per aiutarli a identificare quanto adeguatamente stanno rappresentando la diversità nei loro programmi. È stato

Misurare i progressi

progettato per essere usato congiuntamente ad altri strumenti di monitoraggio dei programmi e dell'audience, e per analizzare sia la quantità che la qualità della presenza della diversità. I contenuti vengono monitorati per 2 settimane ogni trimestre, per dare un'istantanea rispetto alla diversità nelle produzioni. Il monitoraggio è realizzato nel seguente modo.

Distribuzione di coloro che contribuiscono alle varie aree della produzione televisiva

% di coloro che contribuiscono al tuo prodotto sono:

maschi: femmine

appartenenti a ciascun gruppo etnico (come definito dalle categorie del censimento)

disabili

Come queste percentuali variano rispetto agli argomenti delle produzioni (Sport, politica etc.)

Riferimento incrociato tra ognuna di queste categorie

Durata del loro contributo, clip brevi, interviste più lunghe o protagonisti principali

'Ciò che viene misurato viene fatto'

Diversipro, lo specialista canadese sulla diversità, offre in modo semplice e concreto ulteriori consigli su come implementare la diversità all'interno delle organizzazioni.

<http://www.diversipro.com>

11. Gestione della diversità

Le minoranze sono - e sono sempre state - parte delle nostre società, e così continuerà ad essere. I mezzi di comunicazione svolgono un ruolo essenziale nel processo di integrazione, assicurando che le questioni legate alle comunità di minoranza, agli immigrati, ai rifugiati ed ai richiedenti asilo siano trattate in modo chiaro e obiettivo, cioè mostrando il contributo positivo delle minoranze alla società e proteggendole da stereotipi negativi.

Come si può modificare l'approccio dei media? Un cambiamento può avvenire soltanto se a livello manageriale vi è un netto e reale interesse per la diversità, che dovrebbe essere comunicata come valore positivo e vera e propria "sfida creativa". Per la promozione di tale idea di diversità è essenziale e prioritaria la competenza culturale, tappa obbligata per guardare il tema con altri occhi.

Tuttavia, una tattica più efficace potrebbe essere quella di affrontare la questione della diversità indirettamente, e non imponendo un ulteriore sforzo allo staff redazionale, che potrebbe lamentare un sovraccarico di lavoro. La parola "Diversità", infatti, sta cominciando ad assumere una connotazione negativa.

Perché, invece, non guardare alla diversità come a un'occasione per essere innovativi, disponibili ad accogliere nuove idee e punti di vista, e così facendo ampliare il nostro pubblico? È giunto il momento di cambiare, modificando i nostri programmi ed ampliando i nostri orizzonti.

Politiche sulla diversità

Attualmente, molte emittenti prevedono all'interno dei loro statuti articoli e norme che illustrano chiaramente il loro impegno.

Ad esempio:

- **“France Télévisions** si impegna a riflettere la diversità della popolazione francese e migliorarne la rappresentazione attraverso le sue immagini e i suoi programmi, oltre che attraverso la gente, i testimoni, gli attori, i giornalisti, ecc. che compaiono sui suoi canali.”
- **BBC:** La BBC si è impegnata a rispecchiare la diversità delle audience britanniche sia nella composizione della forza lavoro che nella produzione televisiva, radiofonica e online. La BBC ha lo scopo di rappresentare la moderna popolazione della Gran Bretagna sulla base del sesso, età, etnia, diversità culturale, disabilità, fede, sfondo sociale e orientamento sessuale. La BBC, tra l'altro, ha creato un sistema di valori proprio grazie alla rappresentazione delle diverse nazioni, regioni e comunità del Regno Unito, consentendo alle diverse comunità di vedere che cosa hanno in comune e in cosa invece differiscono. La BBC intende costruire coesione sociale e spirito di tolleranza offrendo una più profonda comprensione dei fatti. Per una sintesi della politica della BBC: <http://www.bbc.co.uk/info/policies/>
- **YLE:** supporta e incentiva esperienze di equa inclusione all'interno della comunità di gruppi appartenenti a diverse popolazioni e dei loro singoli membri. Grazie alle sue iniziative mirate, YLE crea le condizioni affinché in Finlandia venga accettata la diversità. L'emittente - attraverso servizi destinati alle minoranze e a gruppi specifici, trasmessi sui canali principali - trasmette al pubblico i valori fondanti il Gruppo. Per quanto riguarda le risorse umane, YLE è destinata a diventare equa, tollerante, non discriminatoria e più multiculturale di quanto non lo sia attualmente. <http://www.yle.fi/fbc/palvelustrategiaEng.pdf>
- **SVT** ha una “Politica per la diversità etnica e culturale all'interno della SVT” che afferma, ad esempio, che: “presso la SVT, per “diversità etnica e culturale”, si intende una programmazione e dei servizi che mostrano che la Svezia è costituita da persone di diverse provenienze etniche e culturali; dato deducibile anche dalla costituzione del personale della SVT. All'interno di SVT, nessuno può essere discriminato sulla base delle proprie origini etniche, religiose o culturali. <https://svt.se/content/1/c6/32/42/79/policy2005.pdf>

Risultati

Ad ogni modo, affinché queste politiche siano più che semplici parole, la loro attuazione pratica – che si concretizza nel campo della formazione, del reclutamento e del management - deve essere riesaminata e valutata ogni anno.

- Nel giugno 2007, la **BBC** ha rilasciato una dichiarazione alla stampa: “La Direzione del gruppo BBC ha deciso collettivamente di non prendere bonus contrattuali per l’anno finanziario 2006/07”.

I dirigenti hanno quindi mostrato l’entità della sfida che la BBC ha deciso di affrontare al momento del rilascio dei nuovi diritti di concessione, ed erano ben consapevoli che ciò avrebbe avuto un impatto sui loro colleghi.

Hanno anche riconosciuto che sebbene la BBC abbia fatto progressi per quanto riguarda le politiche sulla diversità, non avrebbero rispettato gli impegni presi relativamente al personale entro i tempi stabiliti.

http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2007/06_june/26/bonuses.shtml

- La dirigenza dovrebbe manifestare il proprio attivo sostegno alle questioni relative alla diversità partecipando ad eventi, seminari, e celebrazioni. Se infatti anche un dirigente partecipa a tali attività sarà presente più personale e ci saranno nuovi incontri, si vedranno i nuovi programmi e si diventerà più consapevoli circa l’importanza della diversità e delle opportunità ad essa correlate.

Analizzare cosa si sta facendo

- **France Télévisions** ha lanciato un “**Studio sulla diversità**”, guardando in particolare ai pregiudizi - consci o inconsci - e all’uso implicito o manifesto degli stereotipi. Una società di consulenza esterna ha eseguito interviste “faccia a faccia” con dirigenti e dipendenti del gruppo, identificando ed analizzando le percezioni comuni, al fine di stabilire nuovi requisiti di formazione, nuove misure per le assunzioni più obbiettive e per affrontare questioni più ampie relative alla gestione della diversità. Il risultato consisterà in una serie di raccomandazioni operative per l’intero gruppo.

Fare della competenza culturale una priorità ed un elemento essenziale per la promozione della diversità

- **WDR** sta lavorando all’ideazione di un modulo destinato al Diversity Management che dovrebbe essere incluso nei programmi di formazione manageriale entro la fine dell’anno.
- **SVT**: In tutti i training per i nuovi dirigenti è prevista una sezione obbligatoria dedicata alla diversità.
- La **BBC** ha sviluppato un modulo di formazione on line sulla politica editoriale del Gruppo, che consiste in un questionario su base volontaria volto a rendere il personale più consapevole dei propri problemi, percezioni e pregiudizi.

Gestione della diversità

- Nella France Télévisions è stato attivato “Media Pluriel” – un “Equal Programme” europeo –per sensibilizzare, motivare e formare i dirigenti delle risorse umane alle tematiche della diversità nello svolgimento delle loro funzioni. Un Vademecum in sette punti viene distribuito al personale e ad altri partner per incoraggiarli a prendere in considerazione la diversità in tutti i loro progetti.

Come fare per attuare gli obiettivi relativi al tema della diversità

- Migrazione e integrazione rappresentano una grande sfida per l’ Europa, e che ruolo svolgono i media in tutto ciò? La Conferenza di Essen del 2006 prevedeva dei seminari con i professionisti dei media, ed il risultato è stato un elenco di raccomandazioni . (Vedi Allegato 3 per le raccomandazioni di Essen.)
- Andrebbe istituito un nuovo specifico dipartimento per la diversità o bisognerebbe lasciare che questi problemi venissero gestiti dai servizi già esistenti? Dovrebbero esistere programmi specifici per le minoranze, o si dovrebbe “integrare” la diversità nei vari programmi?

Indubbiamente esistono fattori nazionali che influenzano le politiche, ma qui proponiamo quattro diversi modi di organizzare la diversità all’interno delle emittenti.

“Non si dovrebbe propendere per nessuna delle due opzioni: dovrete sia integrare la diversità in tutte le emittenti che predisporre programmi mirati per un target specifico, con e per i telespettatori delle minoranze. Questo non significa necessariamente “programmi ghetto”, ma una televisione per tutti.” (Inger Etzler, ex direttore del Centro Multiculturale, SVT)

Programmi speciali per le minoranze nazionali

HRT Croazia

La legge sulla radio e sulla televisione croata prevede l’obbligo di produrre e trasmettere programmi per le minoranze nazionali, ma non vi è alcun articolo specifico sulla diversità nello statuto dell’emittente HRT. Potrebbe essere richiesto un finanziamento al governo, ma per il momento non esiste alcun accordo di questo tipo.

La HRT ha maturato da poco la volontà di sviluppare una specifica struttura per la diversità. La dirigenza è aperta alla realizzazione di programmi dedicati, ma insiste ancora troppo sulla qualità, piuttosto che sulla quantità.

Il Dipartimento per le minoranze nazionali, per gli emigranti e per la società civile occupa uno dei cinque nuovi dipartimenti, ed è il più grande per numero di giornalisti e per volume di produzione.

Il Dipartimento produce riviste settimanali e talk show per le minoranze nazionali in Croazia, per i croati che vivono all’estero, per disabili, anziani e persone che hanno partecipato alla guerra civile, così come programmi sull’ambiente. Produce anche documentari su questi temi e partecipa alla European multicultural documentary collection, City Folk.

Gestione della diversità

Grazie al suo “peso” all’interno del settore informativo, il reparto dispone di un certo potere nell’influencare la definizione dell’ordine del giorno dei notiziari quotidiani, ma questa influenza si limita prevalentemente a discussioni informali con i redattori di altri dipartimenti.

Le minoranze nazionali costituiscono circa il 7,4% della popolazione, e il telegiornale della sera dedica a loro l’1,1% dello spazio. I rappresentanti delle minoranze si dichiarano soddisfatti dei programmi settimanali specializzati sulle minoranze, ma non sono soddisfatti della loro rappresentazione in generale.

La HRT ha reclutato giornalisti appartenenti a gruppi di minoranza soltanto una volta, nel 2004, quando il Governo croato stanziò dei finanziamenti per formare dei giovani giornalisti di minoranza. Il Dipartimento per le minoranze nazionali, gli emigranti e la società civile organizzò quattro seminari per 30 giovani provenienti da 15 gruppi di minoranza, di cui sette sono stati poi impiegati come freelance. Anche se furono ben accettati nel dipartimento di minoranza, furono invece considerati “politicamente imposti” dagli altri dipartimenti. Soltanto dopo un po’ di tempo, in particolare quando furono identificati come interpreti e canali diretti alle comunità di minoranza, furono realmente accettati.

Ufficio per la diversità o addetto alla diversità: VRT, France Télévisions, BBC

VRT

Nel 2003 l’emittente televisiva fiamminga VRT ha istituito una Carta per la diversità che gettava le basi per l’istituzione di un ufficio dedicato. Le politiche sulla diversità sono promosse dalla dirigenza, ma la loro applicazione non è obbligatoria.

L’ufficio per la diversità è formata da due persone che stabiliscono reti con le associazioni di minoranza, con le organizzazioni giovanili, con i media interculturali, con il duplice scopo di trovare talenti e ricercare contatti per eventuali partecipanti ai programmi. L’azione positiva - e non la “discriminazione positiva” o le “quote protette” - vengono impiegate per incentivare l’integrazione delle minoranze e migliorare la rappresentazione dell’etnicità e della disabilità nei luoghi di lavoro. I membri dell’ufficio, inoltre, avviano percorsi di sensibilizzazione e formazione sulla diversità con i loro colleghi e fungono da raccordo con gli esperti delle minoranze. Non vi è alcun impatto diretto delle politiche per la diversità sui contenuti del programma, ma l’ufficio dà anche consigli su questioni relative alla diversità nella programmazione generale.

In Belgio è vietato effettuare registrazioni e monitoraggi delle etnie nel settore della ricerca sulle audience che non siano su base volontaria, pertanto non è stata ancora effettuata alcuna valutazione circa gli effetti delle politiche in materia di diversità all’interno delle redazioni.

Nel 2004 è stato effettuato da VRT il primo studio su larga scala per valutare come e quanto spesso le persone con origini straniere appaiono sulle principali emittenti televisive fiamminghe, tra cui la TV commerciale. La ricerca si è tradotta in una serie di raccomandazioni per i responsabili del programma e per i giornalisti e in un ulteriore sviluppo degli strumenti per misurare la visibilità della diversità all’interno della programmazione.

Gestione della diversità

France Télévisions

Nel 2000 l'UE ha promulgato la direttiva sulle azioni positive. L'articolo 5 dichiara: **“Con il fine di garantire la piena parità nella realtà dei fatti, il principio della parità di trattamento non impedisce agli Stati membri di mantenere o adottare misure specifiche per prevenire o compensare gli svantaggi legati alla razza o all'origine etnica.”** Il Governo francese ha poi messo in atto le raccomandazioni ricorrendo a dei cambiamenti nella legislazione, e nel 2004 France Télévisions ha lanciato il “Piano d'azione positivo per l'Integrazione” (P.A.P.I.). Il Piano è stato creato perché la rappresentazione della diversità nella televisione pubblica francese era troppo antiquata e perché le minoranze francesi si aspettavano una maggiore parità di trattamento, una migliore ed equa rappresentazione e una più visibile espressione della loro diversità etnica, sociale e culturale. Piuttosto che ricorrere a misure meramente apparenti fu quindi presa la decisione di attuare un piano molto razionale e centralizzato per migliorare l'integrazione e la diversità.

I punti chiave di questo piano quinquennale, che va dal 2004 al 2009, sono volti ad attuare un approccio metodico per implementare la diversità sia nei contenuti dei programmi che nelle risorse umane, oltre che per indirizzare gli atteggiamenti verso un punto di vista più etico.

Per sviluppare il P.A.P.I., France Télévisions – in collaborazione con Radio France International, altre istituzioni nazionali e internazionali e il Fonso Sociale della Comunità Europea – ha messo in atto uno strumento fondamentale, il **Pluriel Media**¹, un progetto per favorire l'accettazione degli altri e per aiutare le persone a imparare a “vivere insieme”. Il progetto comprende uno studio sulla diversità all'interno di France Télévisions, la formazione dei manager e dei giornalisti per gestire la diversità e le competenze interculturali, e la formazione dei giovani professionisti dei media con origini minoritarie presenti all'interno della TV francese. Gli strumenti adottati e messi a punto all'interno di France Télévision sono stati presi a modello anche da altre compagnie francesi.

Il capo del dipartimento per l'integrazione e la diversità riferisce direttamente al Presidente e all'Amministratore Delegato di France Télévisions e sovrintende il P.A.P.I. Una relazione trimestrale illustra i progressi compiuti e definisce le questioni da affrontare in futuro per quanto riguarda il contenuto dei programmi e gli argomenti; la diversità nel pubblico in generale e nei giornalisti specializzati; l'accesso alla formazione e al lavoro interinale; l'organizzazione di convegni, tavole rotonde, seminari e le varie forme di dibattito, al fine di contribuire a cambiare la mentalità diffusa.

BBC

La BBC² si è impegnata a rispecchiare la diversità presente nel Regno Unito e a rendere i suoi contenuti accessibili a tutti. Questo vale sia per la produzione - TV, radio e on line - che per la forza lavoro. La BBC è leader in questo settore e le politiche per la diversità sono ben radicate all'interno struttura. Esistono infatti una serie di iniziative già in atto volte ad individuare e sviluppare nuovi talenti creativi - come la “BBC Talent” e la “writersroom” - che stanno dando molta importanza al tema della diversità. La BBC ha poi raggiunto l'obiettivo di impiegare

1 https://equal.cec.eu.int/equal/jsp/dpComplete.jsp?cip=FR&national=NAT-2004-41787#national_partner_41787405201

2 <http://www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml>

Gestione della diversità

personale composto per il 10% da lavoratori appartenenti a minoranze etniche entro la fine del 2003, ed ha fissato di raggiungere l'obiettivo del 12,5% entro la fine del 2007. Recentemente è stato annunciato che siccome quest'ultimo obiettivo non sarebbe stato raggiunto, i membri del consiglio di amministrazione avrebbero rinunciato ai loro bonus annuali.

Il Centro per la Diversità della BBC è stato istituito nel 1999 ed attualmente è composto da otto persone. Oltre alla Race Equality Scheme, la BBC si occupa dei progetti in corso sulla disabilità e sull'uguaglianza di genere. L'attenzione sembra essere ben distribuita tra le pari opportunità e la diversità.

La BBC è stata a lungo un modello per molte compagnie del servizio pubblico EBU.

Il Centro per la diversità ha condotto un'ampia ricerca sulle comunità di minoranza - disponibile per il personale BBC tramite la rete Intranet - e di recente è stata prodotta una guida relativa ai "nuovi immigrati", cioè i richiedenti asilo e gli europei dell'Est. Le guide riportano i fatti e le cifre essenziali di ogni comunità, tra cui, ad esempio: luoghi, lingue, religioni e nuove tendenze. Le guide includono anche dei contatti utili e sono considerate uno strumento indispensabile dai registi e altri soggetti all'interno della BBC. La BBC svolge regolarmente dei monitoraggi per valutare la rappresentanza delle minoranze nei programmi di prima serata a livello regionale ed a livello nazionale. Il monitoraggio televisivo più recente è stato messo a punto nel 2007: riguarda le minoranze etniche in generale, la disabilità ed il genere, e non si è soffermato sulle diverse origini dei gruppi etnici (una sezione è dedicata al confronto della rappresentazione dei Caraibici, degli "African American", degli indiani sub-continentali e dei cinesi).

Nel 2006 la BBC Television ha nominato il suo primo Dirigente editoriale per la diversità - BBC Vision - per verificare come i canali televisivi della BBC rappresentano il loro pubblico. Questa politica sulla diversità adotta un metodo attualmente in voga in linea con l'approccio al consumatore, che induce servizio pubblico a considerare le audience come "consumatori" per via delle pressioni esercitate dal mercato e dalla televisione commerciale.

Dalla programmazione di nicchia al centro multiculturale alle risorse umane

La Televisione Svedese (SVT)

La SVT ha costruito la sua politica sulla base del diritto svedese: essa viene definita a livello centrale con il sostegno dell'alta dirigenza. Ogni anno viene presentato il rapporto "Svezia Multiculturale" alla Commissione svedese per le telecomunicazioni.

La situazione all'interno della è la stessa di molte compagnie del servizio pubblico. La SVT è partita producendo un programma di nicchia (Mosaik), per poi arrivare a creare un "Centro Multiculturale" (progetto che ha funzionato per quasi tre anni).

Il Centro Multiculturale è esistito fino al 2006 con un proprio bilancio, ed ha creato specifiche politiche per la diversità etnica e culturale all'interno della SVT³. Le attività del Centro erano rivolte alla leadership, ai dirigenti, agli operatori del settore e anche ai dipartimenti delle

3 <http://www.svt.se/content/1/c6/32/42/79/policy2006.pdf>

Gestione della diversità

risorse umane rendendo operative le politiche. Il centro ha anche organizzato dei seminari per fare in modo che la SVT diventasse comprensibile e appetibile per i suoi telespettatori e affinché potesse rispondere a specifiche richieste da parte del pubblico.

I contratti di produzione della SVT stabilirono che i programmi avrebbero dovuto riflettere la composizione etnica della società svedese: in Svezia, infatti, il 22,2% della popolazione ha origini straniere. Nel 2004 furono avanzate specifiche richieste per alcuni programmi, come ad esempio:

- “almeno uno dei presentatori deve avere origini non Svedesi”;
- “almeno il 20% degli attori devono avere origini straniere”;
- “almeno il 25% dei bambini (ripresi dalle telecamere) deve avere origine straniera”

Dal 2006 un nuovo reparto per lo sviluppo basato sulla Corporate Social Responsibility, si occupa di questioni relative alla diversità: l'attenzione è focalizzata più sulla disabilità e sulla diversità in generale che sulla diversità etnica e culturale in modo specifico. Il monitoraggio dell'attuazione delle politiche per la diversità è affidato al dipartimento delle risorse umane, mentre l'applicazione delle politiche deve essere effettuata dai singoli reparti e aree.

Nelle linee guida sui contenuti viene affermato che tra le altre cose che la SVT dovrebbe creare, andrebbero prodotti più programmi volti al superamento delle distanze sociali e rendere i contenuti più “empatici ed inclusivi”. I programmi possono infatti riflettere la diversità in Svezia in vari modi.

Con il nuovo assetto, il lavoro coinvolge trasversalmente tutti i settori: le risorse umane, l'ambiente di lavoro, l'ambiente sostenibile, i programmi di sviluppo e per la diversità. Un altro importante compito è quello di creare reti all'interno e all'esterno dell'azienda. Le sfide del nuovo reparto consistono nel: 1) collegare la programmazione e le strategie delle risorse umane; 2) rappresentare correttamente le persone all'interno dei programmi televisivi per quanto riguarda età, genere, orientamento sessuale, disabilità, diversità etnica e culturale; 3) rendere operativa la “filosofia della diversità”.

Dai centri multiculturali e per la diversità alla politica generale sulla diversità

L'emittente pubblica dei Paesi Bassi (NPO)

La NPO è l'organizzazione ombrello generale delle emittenti pubbliche dei Paesi Bassi. Oltre all'emittente indipendente NPS, che ha un mandato speciale per le minoranze, nei Paesi Bassi ci sono anche specifici programmi per le comunità islamiche, induiste, buddiste, ebraiche ed umaniste che hanno spazi settimanali in tv e alla radio.

All'interno della NPO l'evoluzione è stata scandita da più tappe: dal Centro multiculturale “Meer van Anders (2000-2003)” si è passati al Centro per la rappresentazione e la diversità (2003-2004), e infine ad una politica generale della diversità, che è parte del Dipartimento per la Politica dei Media della televisione pubblica (NPO). Questa politica mira a migliorare la gestione della diversità nella programmazione e nell'occupazione. Dal dicembre 2006 la NPO ha definito la diversità un obiettivo prioritario, e il consiglio di amministrazione ha formato un Gruppo di lavoro sulla diversità per stabilire le linee guida per l'attuazione della diversità nelle politiche interne e al livello della programmazione. La diversità è adesso uno dei criteri di

Gestione della diversità

valutazione sui quali si basa il giudizio dei nuovi format e della programmazione all'interno dei tre principali canali televisivi. Attualmente, NPO sta discutendo con il governo su un contratto di realizzazione in cui la diversità rappresenta uno degli obiettivi.

Nel 2006 la NPO ha messo a disposizione un budget di € 1,5 milioni per uno studio sul contenuto dei programmi e sulle audience dei quattro più importanti gruppi di minoranza, finalizzato alla rilevazione della diversità nella programmazione e nelle percezioni del pubblico. La "Mappa della qualità" messa a punto è un valido strumento per la ricerca sul pubblico in cui un gruppo di intervistati valuta la qualità di diversi generi di programmi televisivi. Tale strumento ha riscosso grande successo anche presso emittenti straniere.

Dal dipartimento delle minoranze alla taskforce "Diversity and Multicultural Programmes" (NPS)

La NPS è un'emittente televisiva del servizio pubblico olandese con l'obbligo, imposto dal governo, di dedicare rispettivamente il 20% del tempo televisivo e il 25% del tempo radiofonico ad una programmazione multiculturale. Negli ultimi 10 anni il mandato si è "evoluto", passando da una produzione di programmi per le minoranze con le minoranze, a innovativi programmi interculturali come "Sisters of Halal", "PremTime" e "Raymann is late". Oggi la NPS possiede un'apposita taskforce che realizza programmi, corsi di formazione ed avvia progetti per la diversità all'interno della Compagnia.

Condividere le informazioni e le buone prassi

- **BBC English Regions** ha individuato dei "Difensori della diversità" in ogni regione: si tratta di dirigenti speciali che lavorano in radio ed in TV e che quindi hanno il potere di avviare iniziative e farle funzionare. Essi si riuniscono ogni tre mesi al meeting dell'England Diversity Group - presieduto dal Controller della BBC English Regions - per condividere esperienze ed imparare dalle migliori pratiche altrui.
- **Pagina della EBU sulla diversità culturale** consente il download del PDF di questo toolkit, che può anche essere ordinato con il DVD. Ogni anno vengono pubblicati gli aggiornamenti delle pratiche sulla diversità. http://www.ebu.ch/en/union/under_banners/CulturalDiversity.php

Garantire il libero accesso alle vostre trasmissioni in ogni piattaforma tecnica. Fra i Giovani immigrati aumenta sempre più la fruizione di programmi online.

- **NPS:** tutti i programmi multiculturati hanno siti internet attivi, ed anche un portale multiculturale. Internet è uno strumento importante per essere in contatto con il pubblico delle minoranze.
- **VRT:** i giovani di seconda e terza generazione di migranti guardano molto VRT. Secondo le ricerche più recenti i giovani di origine straniera vedono più VRT dei giovani autoctoni (quelli con almeno uno dei due genitori nati all'estero). La considerano un'importante fonte di informazioni per via della loro particolare posizione all'interno della società.

Gestione della diversità

- **SVT:** Lilla Aktuellt è un programma di news per giovani. Uno dei presentatori, Stephan, che non è svedese di nascita, è ben noto al pubblico giovanile, perché è stato uno dei presentatori del programma per bambini più visto della SVT. E' una sorta di difensore dei bambini, ed i bambini possono scrivergli tramite il sito della SVT.

E ricordate di festeggiare i successi

I Premi per i programmi televisivi e radiofonici sulla diversità contribuiscono a promuovere tale tipologia facendo sì che sempre più telespettatori li guardino.

Nel 1996 un nuovo European Media Award per l'uguaglianza e per la tolleranza - il Premio Iris - è stato creato per premiare produzioni televisive delle categorie Fiction e Non-Fiction che hanno trattato il tema della multiculturalità in uno dei paesi europei. Il principale obiettivo del Premio Iris è quello di migliorare la qualità dei programmi televisivi multiculturali e di mettere a disposizione degli utenti un forum per discutere dei programmi direttamente con i loro creatori. Nel 2000 il Premio Iris è stato inglobato dal Premio Europa, ed ogni anno vengono presentati più di 100 programmi che devono essere discussi e giudicati da un gruppo di delegati provenienti da tutta Europa. <http://www.omroep.nl/nps/prixiris/news.html>

Il Civis Media Prize for integration and cultural diversity, organizzato dal Civis Media Foundation, viene assegnato all'interno delle categorie del Premio Televisivo Europeo, del premio German Television ed del premio Radio Civis in Europa. http://www.wdr.de/tv/civis/index2_en.phtml

Nel Regno Unito, la **Commission for Racial Equality (CRE)** ha creato la **Race in the Media Awards (RIMA)** per combattere la discriminazione razziale, il razzismo e la xenofobia; promuovere buone relazioni tra gli individui e fra le comunità di diversa provenienza; aiutare i media a rappresentare la realtà e le preoccupazioni di un paese in cui la diversità è un dato di fatto e l'integrazione è un'aspirazione condivisa; rendere i mezzi di comunicazione più accessibili e rilevanti per le persone di qualunque provenienza. <http://www.rima.org.uk/rima2006/introducing.html>

La **SVT** ha un proprio premio - il Premio Mosaik - che viene assegnato ad una persona che ha promosso la diversità etnica e culturale, contribuendo così a definire una prospettiva multiculturale attraverso l'attuazione di programmi mirati.

RTE sponsorizza i **MAMA AWARDS** per il multiculturalismo e la rappresentazione mediale in Irlanda.

Il "**Juliane Bartel prize**" assegnato a partire dal 2001, ha lo scopo di premiare uno stile realistico di giornalismo che promuove un'immagine sfaccettata e multipla del ruolo delle donne nei media di oggi. Gli stereotipi vengono messi in discussione e vengono presi in considerazione temi relativi alla diversità. Nel 2007 il premio è stato vinto da due giovani donne provenienti dalla Turchia.

http://www.niedersachsen.de/master/C18089928_N15725492_L20_D0_I198

12. Allegati

Reclutamento

Passi importanti nella FAIR (Future Adapted Inclusive Recruitment), processo sviluppato in Svezia per il partenariato EQUAL - UE.

Clima del luogo di lavoro / cultura aziendale

Analizzare i valori, gli atteggiamenti, regole dette e non dette nei luoghi di lavoro, al fine di garantire un atteggiamento di accoglienza verso i candidati dei gruppi sotto-rappresentati (sulla base del sesso, dell'origine etnica, della disabilità, ecc)

Profilo delle competenze / Descrizione lavorativa

la preparazione di profili di competenze non discriminatori, che comprendano gli obiettivi e le aree di responsabilità per le assunzioni in corso dovrebbe essere effettuata da un gruppo di selezione che rappresenti tutti i principali reparti e professioni e che sia rappresentativo in termini di età, di genere, appartenenza etnica, ecc. Il lavoro deve essere svolto focalizzando l'attenzione sulle future esigenze dell'Organizzazione e deve prendere in considerazione l'educazione, la conoscenza, l'esperienza, le attitudini, le abilità e le competenze personali necessarie al lavoro.

Persona specifica

Un gruppo di selezione dovrebbe fornire una descrizione del tipo di persona che sta cercando, sulla base del profilo di competenze di cui sopra. Dovrebbero essere inclusi solo i criteri essenziali per il lavoro, essendo chiara la distinzione tra criterio essenziale e valore aggiunto.

Le attitudini personali, le abilità e le competenze sono importanti per il profilo. Le espressioni che descrivono tali competenze dovrebbero essere definite e comunicate all'interno dell'organizzazione in modo che vi sia una conoscenza comune di tali temi. Durante i colloqui dovrebbero essere richiesti esempi reali delle esperienze professionali dei candidati, così da illustrare e chiarire le abilità e le competenze richieste per le diverse posizioni aperte.

Esempi di definizioni:

Consapevolezza culturale: valorizzare le differenze / diversità e capire come background, cultura e appartenenza ad un gruppo influenzeranno voi stessi e gli altri; avere una consapevolezza sufficiente per prendere decisioni e scegliere azioni.

Capacità di cooperare: lavorare bene con gli altri, relazionarsi agli altri in un modo attento e flessibile, ascoltare, comunicare e risolvere i conflitti in modo costruttivo.

Canali di reclutamento

Pubblicità basata sulla descrizione del lavoro e delle caratteristiche personali richieste. Utilizzare i canali aperti e una varietà di mezzi.

Modulo di domanda

Oltre al beneficio di efficienza, il modulo di domanda dà la possibilità di dare a tutti i candidati le stesse informazioni richieste dal datore di lavoro. Questa è una modalità di trattamento giusta ed equa che riduce l'influenza di "sentimenti istintivi" e gusti personali.

Breve Elenco

Selezionare i candidati al colloquio creando un elenco basato sulle caratteristiche specifiche delle persone.

Colloquio di assunzione

I colloqui devono essere strutturati su domande pertinenti, basate sulle caratteristiche personali dei candidati, e i criteri devono essere ponderati e decisi in anticipo. Domande irrilevanti circa gli hobby e le conoscenze personali non devono in alcun modo influenzare la valutazione del candidato. La maggior parte del colloquio deve concentrarsi sulla corrispondenza tra le caratteristiche del candidato e le competenze richieste.

Esempi di domande sulla consapevolezza culturale:

- Siete in contatto con persone di diverse origini etniche o culturali sul posto di lavoro o durante altre attività?
- Avete avuto contatti con altri gruppi o sub-culture, come gay o gruppi giovanili? In caso affermativo, in che modo e che cosa hai imparato da essi?
- Raccontaci una situazione di lavoro in cui le differenze culturali sono state di particolare importanza. Di cosa si trattava? Che cosa hai fatto? Qual è stato il risultato?
- Questa esperienza ha influenzato le tue azioni in altre circostanze? Che cosa è successo? Che cosa hai fatto? Qual è stato il risultato?
- La gestione della diversità a volte viene intesa come "trattare tutti allo stesso modo". Siete d'accordo o pensate che esistano situazioni in cui si dovrebbero prendere in considerazione i bisogni individuali?

Esempi di domande sulla capacità di cooperare:

- Nella tua posizione attuale, sei parte di un gruppo di lavoro? Qual è la tua posizione all'interno del gruppo? In che modo vi relazionate gli uni gli altri?
- Secondo te, quali sono i vantaggi e gli svantaggi di lavorare con altre persone?
- Le altre persone ti chiedono consigli? A che proposito? Perché pensi che si rivolgano a te?
- Raccontaci un episodio in cui sei stato in disaccordo con un'altra persona: che cosa è successo? Qual è stato il risultato?
- C'è qualcosa che avresti potuto fare per ottenere un risultato ancora migliore?

Selezione finale

Confrontare i candidati sulla base delle loro caratteristiche specifiche.

Test

Optare per un test di selezione adatto alla posizione.

Riferimenti per il controllo

Insistere molto sulle competenze richieste.

Linee guida per un programma di tutoraggio di successo

1. Pianificazione chiara

Quali sono gli obiettivi del programma? Le finalità sono precise e mirate? Ritenete sia necessario che il programma affronti questioni fondamentali come la comprensione e il rispetto?

A chi si rivolge il progetto? Che tipo di formazione / preparazione è necessaria? Quali sono le aspettative del tutor? Quali competenze saranno sviluppate? E quanto tempo vi verrà dedicato? Come sarà valutato il progetto?

2. Contratti

Assicurarsi che gli obiettivi, le aspettative e gli obblighi per tutte le parti coinvolte – l'organizzazione, il tutor ed il tirocinante - siano definiti chiaramente nel contratto.

3. Compatibilità

Come vengono affidati i vari mentori? Prendere nota degli interessi, degli hobby e delle ambizioni delle persone coinvolte. I confini del rapporto sono chiaramente definiti? Il tutore deve prevedere uno spazio anche per le conversazioni private e per liberare i sentimenti pur restando in ambito professionale. Il programma dovrebbe prevedere all'inizio almeno due eventi di gruppo, come ad esempio un pranzo informale o un giro all'interno dell'edificio di lavoro?

4. Slancio

Proponete il programma con clamore e cercate di capire perché i candidati desiderino entrare a far parte dello staff, dopodiché negoziate e fate leva su quelle motivazioni.

Assicurarsi di aiutare sia il tutor che l'allievo e fare in modo che tengano riunioni periodiche. L'organizzazione – a metà del programma - di lezioni focalizzate sulla gestione della conversazione consentono ai tutor di acquisire nuove competenze e ottenere un feedback sul programma. L'organizzatore generale deve regolarmente telefonare al tutor per assicurarsi che tutto vada bene.

Che metodo adottate, quando le cose vanno male, per andare in aiuto di entrambe le parti?

5. Partenariati

Si tratta di rapporti con la scuola o gli organismi di volontariato che possono essere relativi ai fini della formazione e della valutazione, e in alcuni casi possono anche reperire finanziamenti supplementari a favore del progetto.

6. Celebrare / costruire una "piattaforma"

Celebrare il successo con gli altri è sempre importante, e diventa fondamentale quando si tratta di mass-media, perché significa creare una piattaforma da cui mostrare i propri contenuti e la propria creatività.

**“Immigrazione ed integrazione, la grande sfida europea. Che ruolo giocano i media?”
(Essen, novembre 2006)**

Raccomandazioni da parte dei gruppi di lavoro:

Osservazioni generali

- Il servizio pubblico radiotelevisivo (PSB) svolge un ruolo essenziale nel processo di integrazione, pertanto dovrebbero esistere concetti-chiave e standard comuni. Le emittenti del servizio pubblico dovrebbero impegnarsi a produrre un rapporto di auto-valutazione sulle politiche per la diversità da presentare a Parigi, così da avviare un percorso di verifica da valutare ogni anno.
- La diversità culturale deve essere comunicata come valore positivo e sfida creativa, e dovrebbe essere inserita negli statuti delle società e nelle regole interne.
- L’impegno del consiglio di amministrazione è cruciale. Il top management deve essere ispiratore e portavoce della diversità.
- Deve essere garantito il libero accesso alle emittenti del servizio pubblico radiotelevisivo. Il servizio pubblico dovrebbe offrire contenuti gratuiti on-line al pubblico, e non limitarne l’accesso. I giovani immigrati, infatti, fanno sempre più uso di programmi online.
- Più ricerca, più risultati comparativi, più coordinamento, più verifiche in tre aree: la rappresentazione dei migranti, il consumo dei media da parte dei migranti, rapporti regolari sulla diversità da parte delle Risorse Umane. È divenuta adesso necessaria una maggiore standardizzazione dei progetti di ricerca.

La formazione e il reclutamento

- la formazione, il reclutamento e il management sono questioni fondamentali che devono essere valutate ogni anno affinché funzionino. Tutti i membri dell’ EBU sono esortati ad includere nelle loro relazioni annuali le loro esperienze nel campo della diversità, evidenziando specifiche iniziative, come programmi di formazione, ecc.
- È importante organizzare corsi di formazione sulle competenze interculturali destinati a tutto il personale, ed in particolare per i quadri intermedi.

Allegati

- La formazione interna è importante per tutti i nuovi arrivati, in modo che conoscano la Società e che acquisiscano le competenze necessarie, comprese quelle relative alle diversità.
- Fare rete tra le imprese dei media e media comunitari per il reclutamento. Non utilizzare solo i canali tradizionali per il reclutamento, ma anche le reti comunitarie e locali.
- Realizzare programmi speciali con le scuole di giornalismo (contratti tra aziende e scuole) per invogliare persone di diverse provenienze ad un'esperienza di formazione.

Programmazione

- News e programmi di informazione non dovrebbero sottolineare soltanto storie negative, perché ci sono esempi positivi di integrazione. Il PSB svolge, in questo ambito, un ruolo importante, perché deve mostrare modelli positivi e creare "eroi della diversità" (vedi il progetto "Heroes of Diversity", proposto da Boris Bergant).
- Ci dovrebbero essere lezioni per giovani attori di talento, per produttori e registi. È importante che i programmi più popolari rispecchino la vita quotidiana. I colleghi appartenenti a minoranze etniche dovrebbero svolgere tutti i tipi di ruolo, non soltanto quelli "stereotipati".
- All'interno dell'EBU è necessario un maggior confronto tra i giornalisti, in particolare tra i più giovani, per costruire competenze e conoscenze interculturali (si veda il progetto di scambio 'Boundless' con WDR, EBU, COPEAM, l'UNESCO, la Fondazione Anna Lindh e di France Télévisions).
- A Parigi verrà presentato un kit di strumenti per gestire la diversità nel PSB che si concentrerà sulla rappresentazione dell'informazione e delle news al fine di aiutare gli operatori e il management a trattare correttamente le questioni relative alla diversità.
- Per l'attuazione del processo avviato a Essen è necessario un coordinamento stabile in cui l'EBU sia attivamente coinvolta. Il coordinamento deve essere sostenuto da un comitato direttivo composto da rappresentanti dei membri dell'EBU, dell'Unione europea e dell' UNESCO.

Collaboratori

European Broadcasting Union (EBU)

European Broadcasting Union (EBU) è la più grande associazione di emittenti del servizio pubblico nazionale nel mondo (73 membri attivi, 43 membri associati) che aiuta i vari membri a offrire una programmazione di alta qualità. L'EBU offre anche personale tecnico, operativo, assistenza legale e coordina una crescente offerta di contenuti di qualità per radio, televisione e nuove piattaforme.

L'EBU contribuisce al dialogo interculturale attraverso molte coproduzioni internazionali TV e in particolare attraverso il "Gruppo per la diversità interculturale", così come con la Giornata radio delle culture europee, organizzata in collaborazione con il Premio Europa.

Per ulteriori informazioni, consultare www.ebu.ch

Avril Mahon Roberts, Dirigente per la Comunicazione, EBU

E-mail: mahon-roberts@ebu.ch

L' Eurovision Intercultural & Diversity Group (IDG) riunisce i dirigenti della diversità e i produttori responsabili di programmi sulle minoranze, delle emittenti membri dell' EBU. Il gruppo si riunisce due volte l'anno ed i suoi principali obiettivi sono:

- lo scambio di articoli per riviste e programmi per e sulle minoranze
- Condividere contatti ed esperienze
- Informare i membri sui progetti esistenti
- Discutere, avviare e seguire le nuove co-produzioni.

Le serie di co-produzione sviluppate dal gruppo sono la lunga "City Folk", che ogni anno, offre un mosaico variopinto di persone che vivono nelle città europee; "Inside offside" che si occupa delle squadre di calcio multiculturali, e il recente "Islam in Europe", che parla di cosa si prova ad essere un musulmano nell'Europa di oggi. Per queste serie, ciascuna emittente partecipante produce un episodio a proprie spese e riceve gli altri gratuitamente. Un produttore esecutivo garantisce la pertinenza di tutti i filmati. Tali produzioni consentono alle emittenti di mettere in atto una reale collaborazione a livello europeo, e forniscono loro una vasta gamma di film a bassi costi di produzione.

Per ulteriori informazioni:

duret@ebu.ch

Fondo Sociale Europeo (ESF) della Commissione Europea, Occupazione affari sociali e pari opportunità DG B - 1049 Bruxelles

Tel: +32 2 299 11 11 www.ec.europa.eu

Questo toolkit ed il seminario che ne è seguito hanno diffuso la lezione appresa dalle emittenti televisive e dai progetti nell'ambito del Fondo sociale europeo EQUAL - un laboratorio di nuove idee per le Strategie d'impiego europee e per i processi di inclusione sociale. La missione di EQUAL è stata quella di promuovere un lavoro più inclusivo attraverso la lotta contro la discriminazione e l'esclusione basate sul sesso, sulla razza o sull'origine etnica, sulla religione o sulle convinzioni personali, gli handicap, l'età o le tendenze sessuali. Il Fondo Sociale Europeo (FSE) è un'opportunità di finanziamento per sostenere importanti politiche europee. Ad esempio, per "creare un numero maggiore e migliori posti di lavoro". E' stato istituito per ridurre le differenze economiche e degli standard di vita negli Stati membri dell'UE e delle regioni, e, pertanto, promuove la coesione economica e sociale. I workshop sono stati un'iniziativa del Consiglio del FSE svedese con il sostegno dell'autorità di gestione in Irlanda e Finlandia.

Consiglio del FSE svedese
Box 47.141
SE-100 74 Stockholm

Coordinatore	Johannes Wikaman	johannes.wikman@esf.se
Consulente del Progetto	Jacob Schulze	jacob.schulze@faceeurope.se
Consulente editoriale	Matthew Salisbury	matthew.salisbury@salisburyward.co.uk

European Union Agency for Fundamental Rights (FRA)

<http://fra.europa.eu>

La European Union Agency for Fundamental Rights (FRA) è un organo indipendente dell'Unione europea (UE) il cui compito principale è quello di fornire consulenza e competenze sui diritti fondamentali all'UE e ai suoi 27 Stati membri nell'attuazione al Diritto comunitario europeo.

La FRA ha sede a Vienna ed è stata creata sulla base dell'esperienza del Centro di Monitoraggio europeo sul razzismo e la xenofobia (EUMC). FRA pubblica un rapporto annuale sui diritti fondamentali nell'Unione Europea e produce studi tematici basati su ricerche e indagini.

La collaborazione con EBU e FSE per questo toolkit riprende le raccomandazioni emerse dalla conferenza sui media ospitata dall'Agenzia (all'epoca EUMC) nel 2006. In seguito alle polemiche sulle "vignette danesi", circa 100 professionisti dei media provenienti da Europa, Nord Africa e Medio Oriente si sono riuniti a Vienna ed hanno suggerito di:

- identificare delle lacune nei programmi di formazione e lo sviluppo di iniziative di formazione specifica per fornire un'istruzione di qualità sui temi della diversità;
- fare della formazione sulla diversità un elemento standard dei programmi di formazione giornalistica, inclusa la conoscenza delle differenze religiose e culturali;
- raggiungere i gruppi di minoranza ed incoraggiare i giovani delle minoranze a perseguire la carriera del giornalismo (attraverso assunzioni mirate, borse di studio o tirocini);
- produrre manuali, toolkit, glossari, e altre tipologie di materiali didattici per giornalisti.

Comunicazione e relazioni esterne: Andreas Accardo media@fra.europa.eu

Working Group

Contatti dei progetti

Project consultant and coordinator:

Lynne Polak
polak@ebu.ch

EBU Project Manager:

Pierre Duret
duret@ebu.ch

BBC - British Broadcasting Corporation

Sue Caro
sue.caro@bbc.co.uk
Broadcasting House
Portland Place
GB - LONDON W1A 1AA
Ph: +44 207 580 44 68
www.bbc.co.uk
diversity.centre@bbc.co.uk

FT, France Televisions

Maison de France Télévision

Alain Dupeyron
alain.dupeyron@france3.fr
7 Esplanade Henri de France
F - 75907 PARIS CEDEX 15
Ph: + 33 1 56 22 60 00
www.francetv.fr
e.pellet@francetv.fr

WDR, Westdeutscher Rundfunk

Gualtiero Zambonini
gualtiero.zambonini@wdr.de
Appellhofplatz 1
D - 50667 KOELN
Ph: Ph: +49-221/220-4465
Ph: +49 221 220 33 60
www.wdr.de

Working Group

NDR, Norddeutscher Rundfunk

NDR, Norddeutscher Rundfunk

Pari Niemann

p.niemann@ndr.de

Rudolf-v.-Bennigsen-Ufer

D - 30169 Hannover

Ph: +49 511 988 2016

www.ndr.de

SVT, Sveriges Television AB

Inger Etzler

inger.etzler@svt.se

Ph: +46 784 00 00

SE-105 10 Stockholm

www.svt.se

johan.hartman@svt.se

YLE, Yleisradio Oy

Marita Rainbird

marita.rainbird@yle.fi

Michael Hutchinson - Reis

michael.hutchinson-reis@laurea.fi

Box 90, FIN-00024 Yleisradio

Ph: +358 9 148 01

<http://www.yle.fi>

NPS, Nederlandse Programma Stichting

Frans Jennekens

frans.jennekens@nps.nl

Postbus 29000

1202 MA Hilversum

Ph: +3135 677 93 33

www.nps.nl

MTV, Magyar Televizio

Judit Klein

judit.klein@mtv.hu

Szabadsag ter 17

H - 1810 BUDAPEST

Ph: +361 373 47 19

www.mtv.hu

Working Group

RTE, Radio Telefis Eireann

Mairéad Ní Nuadháin

ninuadm@rte.ie

Donnybrook

IE - DUBLIN 4

Ph: +353 1 208 31 11

www.rte.ie

Televisió de Catalunya

Mònica Zapico

mzapico.l@tv3.cat

C/ TV3 S/N

08970 Sant Joan Despi, Spain

Ph: +34 934 999 333

www.tv3.cat

diversicat@yahoo.es

VRT, Vlaamse Radio- en Televisieomroep

Geert De Clercq

geert.declercq@vrt.be

Gianni Marzo

gianni.marzo@vrt.be

Auguste Reyerslaan 52

1043 Brussel

Ph: 02-741.31.11q

www.vrt.be diversiteit@vrt.be

HRT - Hrvatska Radiotelevizija - TV

Daniela Drastata

d.drastata@hrt.hr

Prisavlje 3

HR - 10000 ZAGREB

Ph: +Ph: +385 1 6342634

www.hrt.hr prizma@hrt.hr

Mira Media (NGO)

Carmelita Cerkei

caserk@miramedia.nl

PO-Box 1234

3500 BE Utrecht

Ph: +31 30 2302240

www.miramedia.nl info@miramedia.nl

Working Group

Partecipanti partnership Equal

Pluriel-Media, France Televisions
Mundo, YLE
Audio Visual Entrepreneurship, BBC
FAIR, SVT
Mediashakers, Mira Media
The Umbrella Project

Con il contributo di:



Colour Telly

e ringraziando:

<http://www.ifj-europe.org/>



Working Group

Ringraziamenti speciali:

Laetitia Gonnet, Anna Vasova EBU
Bob Collins, The Equality Commission for Northern Ireland
Myriam Sahraoui NPS
Hans Twint NPS
Margaret Gallagher, Consultant media and gender
Elissavet Platsouka, DG Employment, European Commission
Ramon Puig, DG Employment, European Commission
Janice Turner, BECTU
Rowzat Tayyebkhan, BBC Training & Development Delivery
Marc Gruber, EFJ
Victor Carrera Brusotto, TV3 Catalunya
Jean Joseph Scheffknecht, Ingenieurs pour l'école
Beate Winkler
Carles Checa Granja, TV3 Catalunya
Hamlin Grange, Consultant Diversipro
Janne Pennanen, Ministry of Labour, Finland
Tony Tyrrell, WRC Social and Economic Consultants Ltd, Dublin
Elonka Soros, BBC, Editor Diversity, BBC English Regions
Allen Mercer, editorial consultant
Torsten Thunberg, the Swedish ESF Council
Martina Valdetara Ed Klute, Jessika ter Wal, Mira Media
Robin Elias ITN
Mike Blair ITV
Miranda Genova, ITV
Aude Seurrat de La Boulaye
Ulla Zetterberg FAIR
Federico Llano Sabugueiro, Francisco Javier Aguilera TVE
Dr. Clas Dammann ZDF
Edouard Pellet, Head of Integration and Diversity, France Télévisions
Nic Peters, Sky News

© European Union Agency for Fundamental Rights (FRA), 2007.
Tutti i diritti della versione originale in inglese sono riservati

© Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti COSPE.
Tutti i diritti della versione italiana sono riservati

Pubblicato per la prima volta in inglese come
"A Diversity Toolkit for factual programme in public service television"
dall'Agenzia dell'Unione Europea per i Diritti Fondamentali (FRA),
Vienna, 2007 (ISBN 978-92-9192-200-0).

La presente Guida è finalizzata all'utilizzo nei programmi di formazione e workshop non-profit.

Non è autorizzata la riproduzione per scopi commerciali

Il contenuto del DVD non può essere trasmesso in alcuna circostanza.

Chi utilizza il presente materiale senza autorizzazione e per scopi diversi
da quelli stabiliti è perseguibile a norma di legge.

Limitazione di responsabilità: questa guida è il frutto del lavoro congiunto
di una piattaforma di media istituita sotto gli auspici dell'Intercultural Diversity Group (IDG)
della European Broadcasting Union (EBU). E' stato redatto da Lynne Polak, consulente
indipendente, e finalizzato nel corso di quattro seminari organizzati
dal Consiglio del Fondo Sociale Europeo Svedere (ESF)
e finanziato da Equal.

Le opinioni e informazioni contenute nel Diversity Toolkit
non riflettono necessariamente le opinioni o posizioni di FRA.
FRA, ESF e EBU non sono responsabili per l'uso che ne può essere fatto. Il Toolkit contiene
riferimenti o indicazioni a informazioni gestite da altre organizzazioni. Si noti che non è possibile
controllare né garantire la rilevanza, la tempestività
o l'accuratezza di questi materiali

Le opinioni e informazioni contenute non riflettono necessariamente
le opinioni o posizioni di COSPE.

Per informazioni
COSPE – Via Slataper 10 – 50134 – Firenze - ITALIA
Tel.+39-055-473556 Fax.+39-055-472806
e-mail: info@mmc2000.net
Cospe – media e multiculturalità
www.mmc2000.net