

Report media

di Ian Cook, Jacob Hurre e Marek Čaněk

1 Media interculturali

Vivendo in un mondo saturo di media, il potere delle immagini è discutibilmente cresciuto attraverso il costante cambiamento e la maggiore differenziazione del loro consumo. Questa decentralizzazione del potere permette a nuovi e diversi progetti di entrare nel circuito mediatico. I media interculturali non sono esclusi da questo processo; infatti hanno permesso a nuovi gruppi di persone, che precedentemente avevano un accesso ai media limitato se non addirittura assente, di entrare nel gioco. I media tradizionali spesso possiedono dei propri fattori motivazionali – fare soldi, compiacere gli inserzionisti pubblicitari, inchinarsi ai capricci dei loro padroni miliardari – e quindi di conseguenza, esplorare quale sia il modo migliore di lavorare sulla realtà interculturale non è mai stato tra le priorità d'agenda.

I media, visti come mezzo di diffusione di informazioni, non implicano solo i soliti sospetti come la televisione, la radio, i giornali, ma possono anche comprendere vari mezzi di comunicazione come le esposizioni nei musei, i *pamphlets*, o i portali web. Ma cos'è che potrebbe fare uno di questi vari progetti interculturali?

L'interculturalismo viene in mente quando siamo di fronte ad una comunicazione tra persone di cui percepiamo alcune differenze culturali. "Interculturale" non significa due differenti culture che vivono fianco a fianco ma che essenzialmente sono indipendenti le une dalle altre. Significa invece uno scambio di culture su tutti i fronti, una mescolanza che crea qualcosa di nuovo. Noi siamo nell'ottica di facilitare l'integrazione delle minoranze all'interno delle culture dominanti europee; con la creazione di iniziative che concedono denaro, come il fondo INTI, l'Unione europea ha mostrato di vedere in ciò un'importante questione che necessita di essere indirizzata, comprendendo e documentando che la diversità dei progetti interculturali è una parte vitale del processo di integrazione.

I media interculturali possono essere intesi come uno (o più) dei vari tipi di media che rappresentano il risultato finale della convivenza di due o più culture percepite come differenti. Questo potrebbe risultare un deliberato tentativo verso l'interculturalismo, o

un risultato interculturale casuale, tuttavia, affinché un dialogo abbia luogo, c'è la necessità di avere almeno due voci.

In questo contesto, c'è naturalmente un grosso problema con la definizione di cultura. La cultura dev'essere qualcosa in più che una semplice rappresentazione. Mentre la rappresentazione visiva delle minoranze all'interno dei media tradizionali è indubbiamente interessante, e fortemente propagandata, il progetto, che è stato sviluppato specialmente nelle regioni europee non sovietiche, a partire dagli anni ottanta, per quanto rappresentato, non è sempre culturale. Avere delle personalità mediatiche di colore, femminili, aperte ai gay o ai disabili, che appaiono ad un pubblico privo di referenze culturali è importante nei confronti dell'antirazzismo, dell'antisessismo ecc., ma non rivolge nessun disavanzo culturale specifico che possa essere presente all'interno della società.

Esistono, comunque, in tutta Europa una moltitudine di progetti concernenti i media interculturali. La ricerca intrapresa dal Centro multiculturale di Praga, classificava i differenti progetti sui "media interculturali" nel seguente modo: *Media di minoranza*, progetti che sono in gran parte da e per le minoranze presenti in molti Paesi diversi; i progetti *Fuori portata*, dove gruppi stabiliti dalla maggioranza della società tentano di contattare e coinvolgere i gruppi di minoranze attraverso mezzi differenti; la *Campagna o divulgazione dell'informazione*, sono progetti che tentano di informare i membri del vasto pubblico sulle comunità di minoranza che normalmente non risultano coperte dall'informazione tradizionale, o che lo sono raramente, e i progetti *Veramente interculturali* che includono la comunicazione tra persone di culture molto diverse, provenienti sia da gruppi di minoranza che di maggioranza, che spesso risultano in competizione e impegnate in attività innovative.

1.1 Media di minoranza

Ovunque decida una minoranza piuttosto estesa, i media di minoranza sono normalmente disponibili. Sia che si tratti di un quotidiano polacco in Gran Bretagna, di una rivista ucraina nella Repubblica Ceca, che della stampa turca in Germania, i media spesso prendono una forma simile: scritti nella lingua di minoranza, coprono sia gli eventi accaduti nel paese di origine che le problematiche che emozionano le minoranze nei loro nuovi Paesi, mettendo così in risalto le storie e gli articoli composti principalmente dagli stessi immigrati. Questi progetti mediatici sono tanto numerosi quanto quelli che gli sono simili. A volte, prendono in considerazione gli aspetti più

interessanti, come la regolare pagina polacca in un popolare quotidiano irlandese, ma essenzialmente hanno un discutibile valore interculturale, in quanto non includono mai nessun tipo di comunicazione tra culture differenti.

Potrebbe essere argomentato che i progetti concernenti i media di minoranza ripongono il potere dell'informazione nelle mani delle minoranze che dunque possono scrivere circa le problematiche che non sono state coperte dai media tradizionali dominanti. Tuttavia, questi progetti non comprendono nessuna comunicazione fra le differenti culture, ma piuttosto aiutano a mantenere l'isolamento culturale. I media di minoranza sono solitamente indirizzati solo al gruppo di minoranza in se stesso e, in tal modo, non costituiscono un ponte atto ad unire le spaccature tra maggioranza e minoranza. Questo è particolarmente vero se la lingua della minoranza non può essere compresa dal resto della popolazione. Sarebbe raro infatti trovare Cechi "etnici" che possano leggere il vietnamita. I benefici ed i problemi derivati dai progetti dei media di minoranza sono infatti meritevoli di discussione, ma nel contesto del interculturalismo, come qui inteso, sembrano essere di poco valore.

1.2 Fuori dalla portata delle minoranze

Un modo in cui viene dato inizio al dialogo tra culture, è quando la società di maggioranza fa un tentativo di raggiungere le minoranze isolate o escluse, facilitando l'inizio del processo interculturale. In alcuni casi c'è stato uno sforzo concentrato a favore degli attori ad usare la loro posizione sociale per puntare attivamente su alcuni gruppi, come ad esempio le attività interculturali sperimentate dai media preparati da Pangea o dalla libreria di Cheb, nella Repubblica ceca. In questo caso, i bibliotecari di una città con una popolazione vietnamita non integrata e piuttosto grande. Dichiararono le loro intenzioni esplicitamente come ad esempio "raggiungere i nuovi abitanti della città (le minoranze etniche) e creare uno spazio per lo scambio interculturale". Invitavano i capi nella comunità vietnamita locale, mettevano in mostra in bacheca la loro cultura e fornivano le librerie di testi in lingua vietnamita. Tuttavia, anche se i tentativi verso l'interculturalismo sono stati un successo su alcuni livelli, secondo il libraio intervistato per la ricerca, il progetto fu un successo nel colpire la maggioranza della popolazione, ma fu un fallimento nel raggiungere i membri adulti della minoranza vietnamita. Contrariamente alle aspettative iniziali, i membri della minoranza mostrarono a stento un qualsiasi interesse nell'acquisto di letteratura in lingua vietnamita.

In alcuni casi, l'estensione prese la forma dei media non convenzionali, prodotti da gruppi senza una tradizione mediatica forte. Per esempio, il Congresso dei Sindacati britannici (TUC) produsse un'opuscolo informativo per i nuovi lavoratori immigrati in Inghilterra dall'Europa centrale ed orientale con lo scopo di informarli, e chiarirgli i fondamentali delle leggi sul lavoro e dei diritti dei lavoratori in Gran Bretagna. Il pamphlet, che fu pubblicato in diverse lingue, fu distribuito attraverso i posti di lavoro e la rete sia ai potenziali che agli effettivi lavoratori immigrati giunti in Gran Bretagna dopo l'espansione dell'Unione europea del 2004.

Prendendo in qualsiasi modo il nostro esempio di Intercultural Media, è chiaro che nessuno dei progetti sopra indicati trasmette realmente qualcosa che possa essere descritto come veramente interculturale. Ciò non è per smentire il loro valore; per esempio, per i lavoratori immigrati la scoperta dei loro diritti è senza dubbio un massiccio miglioramento della loro situazione.

Comunque, mentre lavoriamo con l'obiettivo di migliorare le relazioni interculturali, è chiaro che c'è anche un altro importante gruppo di riferimento, dopotutto una conversazione proviene da due lati: non solo dalla minoranza della società, ma anche dalla maggioranza della popolazione a cui deve rivolgersi.

1.3 Campagna e divulgazione dell'informazione

Molti pregiudizi scaturiscono dalla disinformazione, i differenti progetti tentano di ristabilire l'equilibrio attraverso un insieme di mezzi di comunicazione diversi, come quotidiani, mostre, periodici. Il loro contributo a migliorare le relazioni interculturali deriva dal fatto che ci aiutano a creare un terreno più fertile per le future attività culturalmente trasversali, permettendo così alla maggioranza della popolazione di comprendere meglio le minoranze etniche con cui vivono: la loro storia, la loro cultura e le loro vite.

Per esempio la mostra "Gastarbajter" sulle migrazioni lavorative in Austria, mette in luce il ruolo che i migranti hanno avuto dal 1960 nel sostegno dell'economia austriaca durante il boom post bellico. La mostra, e altre dello stesso genere come il Kreuzbrg Museum, aiutano anche a donare un contenuto emozionale alle storie dei migranti, specialmente quando rivelano le dure decisioni che gli immigrati hanno compiuto nel momento in cui hanno lasciato alle loro spalle i propri amici e familiari. Il processo di divulgazione fu ulteriormente aiutato dall'esposizione che ha avuto luogo in un museo "tradizionale" e, in questo modo, sono così diventate disponibili a molti membri del

pubblico che normalmente non potrebbero altrimenti istruirsi sulla storia dei lavoratori migranti all'interno del paese.

Altri progetti scelgono un approccio più diretto per affrontare il problema attraverso il delinearsi esplicito dei problemi affrontati da certi gruppi. "Gute Zeitung", per esempio, imita la stampa tabloid nello stile, ha una vasta distribuzione e in questo modo riesce a mettere a confronto un grande numero di austriaci con storie positive (contrariamente alle storie negative normalmente passate dalla stampa tradizionale) circa i richiedenti asilo ed il lavoro dell'ONG "Integration Hause". Questa pubblicazione gratuita giunge una volta all'anno alla porta delle persone intrecciando un diverso messaggio spesso di sfida. Pr'es, un periodico diffuso nella Repubblica ceca, diffonde informazioni solo sui rifugiati, in un modo simile (infatti è la sola pubblicazione dedicata ai rifugiati del paese), il Klub Hanoi fornisce informazioni sul Vietnam e un *one-off g2 Special* dal quotidiano britannico The Guardian che tratta i problemi affrontati dai lavoratori immigrati in una maniera più giornalistica.

Alcuni progetti, tuttavia, non sempre coinvolgono gli immigrati nella loro corsa e nella loro concezione in maniera così diretta (sebbene attualmente il klub Hanoi conti un vasto numero di frequentatori vietnamiti). Prevalentemente, questi non si indirizzano prima di tutto alla minoranza, ma ancora alla maggioranza della popolazione. Di conseguenza, nonostante siano così utili e interessanti, sia in senso metodologico che in quello della "buona pratica", la nostra preoccupazione rimane ancora di etichettarli come semplicemente "interculturali". Ancora una volta ci aiutano con il processo di dialogo tra culture in quanto infrangono i pregiudizi e offrono intuizioni a quelle persone che non potrebbero sempre trovarle se lasciate a loro stesse.

2 Progetti sinceramente interculturali

I progetti che uniscono persone provenienti da retroterra culturali, culture ed etnie differenti a produrre media veramente interculturali esistono in tutta Europa. Naturalmente all'interno di questi progetti ci sono esempi sia di buone che di cattive pratiche ed alcuni sono molto più riusciti di altri, ma questi progetti non sono basati solo sulla creazione di una comprensione interculturale, o sullo sviluppo di legami tra gruppi di minoranza e di maggioranza, ma hanno il valore aggiunto di essere interculturali nella loro stessa natura. Essi sono il risultato di una comunicazione tra culture diversamente percepite: i media interculturali.

Per esempio, la testata “Stimme”, che è prodotta da e per le minoranze o il network “Giornalisti esiliati in Gran Bretagna” (EJN) che è un gruppo di giornalisti esiliati per vari motivi dai loro paesi d’origine, vanno di pari passo, dopo che un’organizzazione britannica per l’etica dei media aveva cominciato a contattarli con l’intento di formare un database dei giornalisti esiliati sull’isola. Quindi, un’organizzazione nell’esercizio dei propri diritti aiuta i propri compagni giornalisti assistendoli nei modi accertati per essere ancora giornalisti.

Organizzano seminari di riqualificazione e una cosa simile al monitoraggio dei media per il trattamento ingiusto mentre si relazionano con storie relative agli immigrati. La sua mera esistenza aiuta sia a costruire i legami tra i giornalisti provenienti da tutto il mondo che a guadagnare un vasto supporto da parte dell’Unione Nazionale dei Giornalisti in Gran Bretagna, conducendo ad un network interculturale per giornalisti. Esiste una comunicazione interculturale sia tra giornalisti britannici e “immigrati”, che tra i diversi giornalisti provenienti da tutto il mondo.

In maniera simile, Radio Multikulti in Germania riunisce molti gruppi etnici differenti che vivono all’interno del Paese al fine di creare una stazione radio che trasmetta in 18 lingue diverse ad una varietà di culture. All’inizio la stazione radio usava presentatori provenienti dai paesi d’origine, mantenendo una sensazione genuina di raggruppamento di differenti culture in un solo posto; che si può dire accresca la natura interculturale della stazione. Altre stazioni radio da e per le minoranze esistono in altre parti d’Europa, come Radio FRO, Radio Stimme e Radio Orange.

Mentre Radio Multikulti divide chiaramente le persone sulla base del loro retroterra etnico nel tentativo di fare in modo che tutti i gruppi etnici piuttosto grandi si adattino nelle loro categorie, in altri progetti mediatici interculturali, ad esempio la pagina di Indymedia sull’immigrazione o Kanak TV, anche in Germania, diventano interculturali ignorando completamente il problema etnico e dell’origine. Questi, attraverso i loro film provocatori incitano ad un interesse per i media interculturali – che forse fanno di più per l’integrazione che i tentativi tradizionali che automaticamente raggruppano i differenti gruppi.

3 Riassunto

In questo riassunto delle nostre ricerche abbiamo provato ad ottenere una funzionale classificazione dei progetti. Naturalmente, c’è qualcosa di arbitrario in questo, perché ci sono molti progetti che combinano infatti elementi differenti. Inoltre, difficilmente

esisterà qualcosa come un progetto perfetto; molti dei progetti interculturali possono anche esser visti come parziali fallimenti nella promozione dell'integrazione delle minoranze in tutta l'Unione europea. Nonostante il campo d'indagine veramente vasto, (sia nella distanza geografica che nell'implementazione metodologica) ci sono molti progetti che potrebbero imparare gli uni dagli altri circa la buona e la cattiva pratica e se i nuovi progetti possano essere di successo nel compimento di questo nobile scopo.