

Ας Διαπολιτιστούμε

NILE-Ειδική Έκδοση-Μάιος 2008

Είναι τα Μ.Μ.Ε. έτοιμα;

της Beate Schmidt-Behlau, dvv- international Βόννη

Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο 2007, τα Μ.Μ.Ε. είναι συνυπεύθυνα -μαζί με την οικογένεια και την εκπαίδευση- για το πώς βλέπουμε τους άλλους. Οι αντιλήψεις μας για άλλους πολιτισμούς (κουλτούρες), η κατανόηση θεμάτων όπως η μετανάστευση, η διαφορετικότητα, ή η θεώρησή μας για το τι είναι διαπολιτισμική επικοινωνία, είναι σε μεγάλο βαθμό επηρεασμένες από



Συνάντηση εργασίας της ομάδας των ΜΜΕ του NILE στο Ινστιτούτο PANOS, στο Παρίσι, Ιούλιος 2006, στην πίσω σειρά, από τα αριστερά στα δεξιά: Milica Pesic, Claire Frachon, Georg May, Vasiliki Tsekoura, Reynald Blion, στην κάτω σειρά: Bashy Quraishy, Ingegerd Akselsson le Douaron, Slavko Geric.

την πληροφορία που λαμβάνουμε από τα Μ.Μ.Ε.

Η συγκεκριμένη έκδοση φιλοδοξεί να αποτελέσει μια συνεισφορά του Ευρωπαϊκού Δικτύου για τη Διαπολιτισμική Μάθηση - NILE στην ανάπτυξη στενότερων σχέσεων μεταξύ του χώρου της Εκπαίδευσης Ενηλίκων και όσων ασχολούνται με την εκπαίδευση στα Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε. Αποτελεί επίσης συνεισφορά, ελπίζουμε, στη πολύ σημαντική, σύνθετη και πολυεπίπεδη δημόσια συζήτηση σε θέματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Οι στόχοι μας αποτυπώθηκαν στην επιλογή από πλευράς των μελών του NILE που εργάστηκαν στην σχετική ομάδα με εστίαση στα Μ.Μ.Ε, καθώς και στα άρθρα που στοιχειοθετούν την παρούσα έκδοση.

Απαντώντας στη συνήθη πρακτική, που θέλει τις μεταναστευτικές ομάδες και διάφορες εθνοτικές μειονότητες να αποτελούν είδηση μόνο όταν γίνεται κάτι 'κακό,

ο Bashy Quraishy, στο άρθρο του «Ο Αποφασιστικός ρόλος των Μειονοτικών Μ.Μ.Ε. στη βελτίωση της δημοσιογραφικής εκπροσώπησης των εθνοτικών ομάδων» συνηγορεί υπέρ της 'διοχέτευσης' και της ακριβοδίκαιης απεικόνισης των εθνοτικών ομάδων. Το πώς μπορεί να πραγματοποιηθεί δε η διεργασία της αλλαγής του τρόπου που σκεφτόμαστε, αναφέρεται από την Inger Kraft Etzler στο άρθρο της για την Σουηδική τηλεόραση «Όταν η Πολυπολιτισμικότητα μας χτύπησε την πόρτα».

Στο άρθρο «Πώς μπορούν οι εθνοτικές κοινότητες να αποκομίσουν τα περισσότερα οφέλη από τα Μ.Μ.Ε. της Κοινωνίας των πολιτών;» ο Georg May μας διαφωτίζει για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. της Κοινωνίας των πολιτών, ως των μόνων πραγματικά δημοκρατικών και συμμετοχικών Μ.Μ.Ε.

Επίσης ότι μπορούν οι περιθωριοποιημένες ομάδες και τα άτομα να αποσπάσουν την προσοχή των Μ.Μ.Ε. όταν 'μάθουν' σωστά να προβάλλουν τους εαυτούς τους, υποστηρίζεται από τη Βασιλική Τσεκούρα. Συγκεκριμένα, στο άρθρο «Ο Τύπος και οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις Διο Κόσμου που ενώνουν τις δυνάμεις τους στην Ελλάδα» η Βασιλική αποδίδει εύσημα στις οργανώσεις των Πολιτικών Κοινωνιών, στις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (NGOs), και στις προσπάθειές τους να κάνουν τις μειονότητες ορατές από τα Μ.Μ.Ε. Επιπρόσθετα, η Milica Pesic παρέχει πολύ πρακτικές συμβουλές για το πώς να μορφοποιήσεις το μήνυμά σου αποτελεσματικά, στο άρθρο της «Κατανοώντας τα Μ.Μ.Ε.».

Το άρθρο «Ερχόμενοι στα χέρια' με τα Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε της Ευρώπης» των Reynald Blion, Claire Frachon και Virginie Sassoop, θέτει υπό συζήτηση την ορολογία γύρω από την διαπολιτισμικότητα ως διεργασία και τις προκλήσεις που επιφυλάσσει η πολυπολιτισμική και πολύχρωμη Ευρώπη στο ντουλάπι της.

Σας ευχόμαστε καλή ανάγνωση και ελπίζουμε η παρούσα έκδοση ν'αποτελέσει το κίνητρο και την έμπνευση για μια ενεργητική μελλοντική ενασχόληση.

NILE

Το Δίκτυο για την Διαπολιτισμική Μάθηση στην Ευρώπη είναι το πρώτο Ευρωπαϊκό δίκτυο ευρείας κλίμακας, το οποίο άρχισε να διερευνά με έναν πιο συστηματικό τρόπο τη δυναμική της εκπαίδευσης ενηλίκων στο να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις της πολιτισμικής, εθνοτικής και θρησκευτικής διαφορετικότητας στην Ευρώπη. Οι δραστηριότητες του NILE από το 2002 αποδεικνύουν ότι ένα τέτοιο δίκτυο έχει μια σημαντική δομική λειτουργία για την ανταλλαγή εμπειριών πάνω στα ευρύτερα θέματα της μετανάστευσης, της ενσωμάτωσης και της αποδοχής και ιδιαίτερα στο ρόλο που η εκπαίδευση ενηλίκων διαδραματίζει σε αυτό.

Το Δίκτυο για την Διαπολιτισμική Μάθηση στην Ευρώπη είναι το πρώτο Ευρωπαϊκό δίκτυο ευρείας κλίμακας, το οποίο άρχισε να διερευνά με έναν πιο συστηματικό τρόπο τη δυναμική της εκπαίδευσης ενηλίκων στο να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις της πολιτισμικής, εθνοτικής και θρησκευτικής διαφορετικότητας στην Ευρώπη. Οι δραστηριότητες του NILE από το 2002 αποδεικνύουν ότι ένα τέτοιο δίκτυο έχει μια σημαντική δομική λειτουργία για την ανταλλαγή εμπειριών πάνω στα ευρύτερα θέματα της μετανάστευσης, της ενσωμάτωσης και της αποδοχής και ιδιαίτερα στο ρόλο που η εκπαίδευση ενηλίκων διαδραματίζει σε αυτό.

Βασισμένο στις εκθέσεις αναφοράς των χωρών που συμμετέχουν, των περιπτώσεων μελέτης και επίσης με την παρούσα ειδική έκδοση στα Μ.Μ.Ε. και τη διαπολιτισμικότητα, το Δίκτυο έχει αναπτύξει τα παρακάτω εργαλεία για να υποβοηθήσει τη διαδικασία της διαπολιτισμικής διοχέτευσης στο πεδίο της εκπαίδευσης ενηλίκων:

Το DVD «Μεταβίβαση » που περιέχει καλές πρακτικές από την Ελλάδα, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Αυστρία.

Οδηγίες υποστήριξης οργανισμών στην προσπάθειά τους να γίνουν διαπολιτισμικοί.

Έναν Μεθοδολογικό Οδηγό για την υλοποίηση διαπολιτισμικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων.

Η πρόσβαση στα εργαλεία μπορεί να γίνει μέσω των ιστοσελίδων:

www.intercultural-learning.net

www.dvv-international.de

‘Ερχόμενοι στα χέρια’ με τα Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε της Ευρώπης.

των Reynald Blion, Claire Frachon και Virginie Sassoon, Ινστιτούτο PANOS (IPP), Παρίσι

Τα ‘Μ.Μ.Ε. της διαφορετικότητας’ στη Γαλλία, ‘πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε.’ στην Ιταλία, ‘Μ.Μ.Ε. των κοινοτήτων’ στο Βέλγιο, ‘εθνοτικά Μ.Μ.Ε.’ στο Ηνωμένο Βασίλειο, ‘εναλλακτικά Μ.Μ.Ε.’ για μερικούς, ‘Μ.Μ.Ε. των μεταναστών’ για άλλους... Δεν υπάρχει τέλος στους προσδιορισμούς. Υπάρχει πληθώρα σχετικών αντιπαράθεσεων όπως απέδειξε ένα πρόσφατο συνέδριο που έγινε στη Γαλλία στο Ινστιτούτο του Αραβικού Κόσμου (Institut du Monde Arabe IMA) που διοργανώθηκε από το Ινστιτούτο PANOS στο Παρίσι. Εκεί, μερικοί

Τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. μπορούν να ειπωθούν ως εναλλακτικός τρόπος προς τα μαζικά Μ.Μ.Ε. αλλά ο όρος ‘εναλλακτικός’ μπορεί επίσης να είναι μια πηγή σύγχυσης λόγω των συσχετίσεων του όρου με το κίνημα ενάντια στην παγκοσμιοποίηση και με τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις. Παρόλα αυτά, για τον Marcello Maneri, έναν Ιταλό κοινωνιολόγο στο Πανεπιστήμιο του Μιλάνου, το ερώτημα παραμένει: ‘Γιατί πρέπει να τα αποκαλούμε Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε. αν αυτά έχουν όλα τα χαρακτηριστικά των εναλλακτικών Μ.Μ.Ε.’.

Γι’αυτό το λόγο υποστήριξε τον Ed Klute, τον διευθυντή των Mira Μ.Μ.Ε. στην Ολλανδία, ο οποίος πρότεινε τον όρο ‘νέα Ευρωπαϊκά Μ.Μ.Ε.’, κάνοντας μια αναφορά στο Νέο Αμερικανικό Δίκτυο Μ.Μ.Ε. (New America Media Network). Αλλά στην πραγματικότητα, όπως και ο Reynald Blion, ο διευθυντής του Mediam’Rad στο PANOS-Παρίσι, πρότεινε ότι είναι ίσως πιο σχετικό να μιλάμε για ‘τα Μ.Μ.Ε. της νέας Ευρώπης, όπου αντανακλούν μια Ευρώπη που έχει γίνει ‘πολυπολιτισμική και πολύχρωμη’.

Επίσης, πολλοί ομιλητές συμφώνησαν στη έκφραση ‘Μ.Μ.Ε. των μεταναστών – με υπολανθάνουσα αναφορά στο πιθανό χρόνο παραμονής τους ως μετανάστες – δεν είναι πλέον ορθή, ειδικά στις χώρες όπου η μετανάστευση έχει από καιρό εδραιωθεί. Επίσης, ο Sunny Hundal, αρχισυντάκτης των Ασιατών στα Μ.Μ.Ε., θεωρεί ότι είναι επίσης ακατάλληλος για τον προσδιορισμό των Αφρο-Αμερικανικά Μ.Μ.Ε., προσθέτοντας ότι η χρήση του όρου ‘έγχρωμα’ ξεσήκωσε μια πλειάδα διαμαρτυριών στην Αγγλία λόγω των συσχετισμών του όρου με την αποικιακή περίοδο. Στη Γαλλία, ο όρος ‘Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε.’, στην διττή της σημασία (της μορφής και του περιεχομένου) έχει γενικά υιοθετηθεί από τους δημοσιογράφους.

Ο όρος, δηλαδή, χρησιμοποιείται από όλα τα Μ.Μ.Ε., στα οποία :

- Η προσέγγιση που έχει επιλέξει η σύνταξη είναι ευθυγραμμισμένη με την προώθηση της διαφορετικότητας (πολυπολιτισμικότητας) της Ευρωπαϊκής κοινωνίας.
 - Απευθύνονται σε μια ή περισσότερες από τις ομάδες που συναποτελούν αυτή τη διαφορετικότητα,
 - Παράγονται και κυκλοφορούν κυρίως σε μία ή πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
 - Παράγονται από δημοσιογράφους και στελέχη που ανήκουν σε διαφορετικές εθνοτικές ομάδες που υπάρχουν στις ευρωπαϊκές κοινωνίες,
- Διοικούνται ή ανήκουν σε άτομα με εθνική προέλευση
Στα Μ.Μ.Ε που αναφεραμε μπορούν να συμπεριλαμβάνονται η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα έντυπα μέσα ή το Διαδίκτυο.



Διάφορα εθνοτικά περιοδικά που κυκλοφορούν στην Ευρώπη.

© Institut PANOS Paris (IPP)

δημοσιογράφοι απέρριψαν ακόμη και τον όρο ‘κοινότητα’. Ο αρχισυντάκτης του περιοδικού Respect, Marc Cheb Sun, ήταν μεταξύ εκείνων που προτιμούσαν να μιλούν για κοινωνικές, εθνοτικές ή θρησκευτικές ‘συνιστώσες’.

Εν τω μεταξύ, γνωστός δημοσιογράφος του δημόσιου Ιταλικού τηλεοπτικού σταθμού Rai 3, ο Jean-Leonard Touadi, θέλησε να διακρίνει την ‘κοινότητα’ από την ‘συνιστώσα’. Αισθάνθηκε ότι οι κοινότητες είναι ‘οριοθετημένες ζώνες’ (defined enclosures) που περικλείουν άτομα, ενώ η ‘συνιστώσα’ εκφράζει καθαρά τον πλουραλισμό μιας δεδομένης κοινωνίας και προσφέρει έναν πιο δυναμικό τρόπο για αυτό – απεικόνιση (self representation) ’.

Στην Αγγλία και στην Αμερική, ο όρος ‘εθνοτικός’ έχει εξελιχθεί σε έννοια που τα συμπεριλαμβάνει όλα σύμφωνα με τον Sunny Hundal, τον αρχισυντάκτη των Ασιατών στα Μ.Μ.Ε. (Αγγλία) και έτσι δικαιολογεί τον χαρακτηρισμό ‘εθνοτικά Μ.Μ.Ε.’.

Αλλά ο Alec G. Hargreaves, ένας ερευνητής στο Πανεπιστήμιο της Φλόριδα, έδωσε έμφαση στους κινδύνους της περιθωριοποίησης που ο όρος μπορεί να προκαλέσει, ‘καθώς δείχνει να εννοεί ότι μόνο αυτά τα Μ.Μ.Ε. διαθέτουν έναν εθνοτικό χαρακτήρα, ενώ στην πραγματικότητα τα μαζικά Μέσα έχουν επίσης στελεχωθεί από άτομα που ανήκουν σε μειονοτικές ομάδες ή διοικούνται από μέλη εθνοτικών ομάδων’.

Εθνοτικά Μ.Μ.Ε. και Πολυπολιτισμικά Μ.Μ.Ε. στην Ευρώπη: ένας ετερογενής κόσμος.

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των εθνοτικών Μ.Μ.Ε είναι η τεράστια διαφοροποίησή τους. Στη Γαλλία υπάρχουν εκατοντάδες τέτοιες εφημερίδες και περιοδικά, όπου περίπου 50 κυκλοφορούν τακτικά. Στο Παρίσι και στην γύρω περιοχή, ένα τέταρτο των τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών αποκαλούνται εθνοτικοί. Όμως, υπάρχουν πολύ λιγότεροι εθνοτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί και ακόμη λιγότεροι έχουν τη δική τους πολιτική παραγωγής και μετάδοσης. Εθνοτικά έντυπα Μ.Μ.Ε. κυκλοφορούν με διαφορετική συχνότητα. Πολλά κυκλοφορούν τριμηνιαία, μερικά μηνιαία αλλά πολύ λίγα κυκλοφορούν ανά δεκαπενθήμερο. Όσα κυκλοφορούν εβδομαδιαία είναι συνήθως περιοδικά και ενημερωτικά δελτία που εμφανίζονται

(εικονικά ανύπαρκτο) στην υπόλοιπη Ευρώπη. Πολλά εθνοτικά Μ.Μ.Ε. στην Ευρώπη έχουν, δυστυχώς, ένα κοινό χαρακτηριστικό – είναι ευάλωτα. Αυτά τα Μ.Μ.Ε. συναντούν εγγενείς δυσκολίες εύρεσης πόρων και ανθρώπινου δυναμικού και κατ' επέκταση περιορίζεται η ικανότητά τους να αναπτυχθούν, όπως και η ακτίνα επιρροής τους.

Εθνοτικά Μ.Μ.Ε. στην Ευρώπη, πρωτογενές περιεχόμενο και προτεραιότητες.

Στη βάση αρχικών παρατηρήσεων, πριν την δημιουργία του Mediam'Rad, η έρευνά μας έδειξε ότι τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. τείνουν να επικεντρώνονται στην μετανάστευση, στα δικαιώματα των αλλοδαπών, την κουλτούρα, την ενσωμάτωση, τη στέγαση, την εκπαίδευση, την υγεία και την υπηκοότητα. Ως θέματα δευτερεύουσας σημασίας

μόνωση των μεταναστευτικών ομάδων; Μετά από προσεκτική παρατήρηση και πολλές συζητήσεις με τους ανθρώπους αυτών των Μέσων, ισχύει κατά τη γνώμη τους το αντίθετο, με την έννοια ότι υπάρχει μια γνήσια επιθυμία να ανοιχτούν στο ευρύτερο κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον στο οποίο κινούνται και εργάζονται.

Εθνοτικά Μ.Μ.Ε. στην Ευρώπη: από Μέσα σε Μεσολαβητές..

Στο βαθμό που αποτελούν προτεραιότητα της σύνταξης και την συνακόλουθη ενασχόληση με σχετικά θέματα, τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. παράγουν και μεταδίδουν πληροφορία η οποία είναι συμπληρωματική με αυτήν που βρίσκουμε στα μαζικά Μ.Μ.Ε. Γεγονός που τοποθετεί τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. σε ρόλο αναμεταδότη ή διαμεσολαβητή των επιμέρους ομάδων που συναποτελούν την Ευρωπαϊκή κοινωνία στο σύνολό της.

Μείζονος σημασίας πρόκληση για το Mediam'Rad, υπό την διεύθυνση του Ινστιτούτου PANOS στο Παρίσι, είναι η ενίσχυση του ρόλου των εθνοτικών Μ.Μ.Ε. ως αναμεταδοτών και μεσολαβητών, ενθαρρύνοντας συμμαχίες, συνεταιρισμούς και συνεργασίες μεταξύ των εθνοτικών και των μαζικών Μέσων.

Με αυτό τον τρόπο, το Mediam'Rad, ελπίζει να βοηθήσει τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. να έρθουν σε επαφή με ένα ευρύτερο κοινό και την ίδια στιγμή να προωθήσει την όσο το δυνατό μεγαλύτερη κατανόηση των προβληματισμών, των θεμάτων και της δυναμικής των μεταναστευτικών ομάδων που έχουν εγκατασταθεί στην Ευρώπη. Για τα μαζικά Μέσα, αυτή η συνεργασία παρουσιάζει ενδιαφέρον από τη σκοπιά της προσβασιμότητας σε περισσότερες και ποικίλες πηγές πληροφορίας τόσο σε διεθνή όσο και σε διαπολιτισμικά θέματα και στους τρόπους αντιμετώπισής τους.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, το Mediam'Rad πιστεύει ότι έχει μεγάλη αξία για όλους τους μετέχοντες στα Μ.Μ.Ε. να κατακτήσουν την μέγιστη κατανόηση και συνεργατική σχέση με τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. Αυτό θα ενίσχυε τις δυνατότητες παραγωγής και μετάδοσης, την προσβασιμότητά τους σε πηγές και θα διασφάλιζε τη βιωσιμότητά τους δρώντας συμπληρωματικά ως προς τη συνολική εκδοτική και ραδιοτηλεοπτική παραγωγή των μαζικών μέσων.

Το Mediam'Rad είναι ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα υπό την διεύθυνση του Ινστιτούτου PANOS στο Παρίσι. Οι αντικειμενικοί στόχοι του είναι να βοηθήσει στη προώθηση των εθνοτικών Μ.Μ.Ε., να δημοσιεύσει την πληροφορία που αυτά παράγουν και μεταδίδουν και να καλλιεργήσει μια εκτίμηση για την συμβολή τους στις διεθνείς και διαπολιτισμικές σχέσεις. Το Mediam'Rad ξεκίνησε τον Ιανουάριο 2005, σε συνέχεια αρχικής διερεύνησης και επεξεργασίας που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο PANOS στο Παρίσι μέχρι το Μάιο του 2000. Σήμερα, το πρόγραμμα πραγματοποιείται σε συνεργασία με δυο άλλους οργανισμούς (το Cospre στην Ιταλία και το Miramedia στην Ολλανδία).

Ο κύριος σκοπός του Mediam'Rad είναι να δημιουργήσει δεσμούς μεταξύ των δημοσιογράφων που εργάζονται σε εθνοτικά Μ.Μ.Ε. και να τους φέρει κατόπιν σε επαφή με συναδέλφους τους των μαζικών Μέσων. Οι δραστηριότητες του Mediam'Rad περιλαμβάνουν: εργαστήρια ανταλλαγής επαγγελματικών πρακτικών και δεξιοτήτων, ευρωπαϊκές συναντήσεις Μ.Μ.Ε., έρευνα και ανάλυση του περιεχομένου της πληροφορίας που παράγεται και διαδίδεται από τα εθνοτικά και μαζικά Μ.Μ.Ε., διάθεση χρηματοδότησης για την ενθάρρυνση ίδρυσης συνεργασιών καθώς και την απονομή του Εθνοτικού Βραβείου Μ.Μ.Ε.

στο Διαδίκτυο.

Και οι οργανισμοί στους οποίους ανήκουν τα Μ.Μ.Ε ποικίλουν με τη σειρά τους. Ενώ, λόγου χάρη, οι τοπικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί μπορεί να ανήκουν σε μη κερδοσκοπικούς φορείς, οι εθνοτικοί να είναι ιδιωτικού χαρακτήρα και επομένως κερδοσκοπικοί. Αυτό ισχύει κυρίως στους ραδιοφωνικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας και σε πολλά έντυπα Μέσα.

Επιπλέον, υπάρχουν σημαντικές διαφορές στον τρόπο οργάνωσης των εθνοτικών Μ.Μ.Ε. στις διάφορες χώρες της Ευρώπης. Στην Αγγλία, λόγου χάρη, υπάρχουν εθνοτικά Μ.Μ.Ε όπως το Ethnic Media Group που αν και εκδίδει πολλά έντυπα, παραμένει άγνωστο

αντιμετωπίζονται αυτά που αφορούν στις διάφορες χώρες προέλευσης των κοινοτήτων στις οποίες κυρίως απευθύνονταν.

Επομένως, μια βασική συνεισφορά των εθνοτικών Μ.Μ.Ε. είναι να εκφράσουν το πόσο διαφορετικές είναι οι συνιστώσες των ευρωπαϊκών κοινωνιών σήμερα.

Ένα ερώτημα, που προκύπτει συχνά, αφορά στην επίδραση που έχουν τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. στην ενσωμάτωση των κοινοτήτων στις οποίες απευθύνονται. Με άλλα λόγια, μήπως ενδεχομένως αυτά τα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν τελικά στην ενίσχυση της αντίληψης που αφορά στον διαχωρισμό των κοινοτήτων ή ακόμα και στην κοινωνική απο-

Ο Αποφασιστικός ρόλος των Μειονοτικών Μ.Μ.Ε. στη βελτίωση της δημοσιογραφικής εκπροσώπησης των εθνοτικών ομάδων

Του *Bashy Quraishy, MediaWatch, Κοπεγχάγη*

Ζούμε στην εποχή της πληροφορίας και τα νέα διαδίδονται γρήγορα. Οι απόψεις που σχηματίζουν τα άτομα και το πώς αντιδρούν σε ερεθίσματα που δέχονται από το περιβάλλον τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις γνώσεις που απέκτησαν μέσω των μαζικών Μέσων Ενμέρωσης. Αυτό μάλιστα είναι περισσότερο εμφανές σε θέματα που αφορούν τις ποικίλες δια-θρησκευτικές και δια-πολιτισμικές πραγματικότητες της σύγχρονης Ευρώπης. Στα πλαίσια της εργασίας μου παρακολουθώντας τα ΜΜΕ, έχω πειστεί ότι για να αποδώσουν οι προσπάθειες μας για μια κοινωνία που να περιλαμβάνει όλους και να έχει ανθρώπινο πρόσωπο, είναι ανάγκη να συμπεριληφθεί το φάσμα των θεμάτων που καλύπτουν τα Μ.Μ.Ε ως εκπαιδευτικό εργαλείο. Γιατί, κατά τη γνώμη μου, δεν μπορεί να επιτευχθεί η πολυπολιτισμική κοινωνία, χωρίς την ενεργητική συμμετοχή των δημοσιογράφων.

Ένα σημαντικό παράδειγμα αποδεικνύει τα παραπάνω. Τον Αύγουστο του 2004, το Μουσουλμανικό Συμβούλιο της Βρετανίας κατηγορήσε το πρόγραμμα του BBC 'Πανόραμα' (Panorama) ότι 'δεν προβάλλεται ακριβοδίκαια και είναι ισλαμοφοβικό' όταν αναφέρεται στην ηγεσία των Βρετανών Μουσουλμάνων. Σύμφωνα δε, με μια πρόσφατη έρευνα της Ομοσπονδίας των Ισλαμικών Φοιτητικών Κοινοτήτων σχεδόν το 90% των ερωτηθέντων Άγγλων Μουσουλμάνων φοιτητών πιστεύει ότι η απεικόνιση της κοινότητάς τους στα Μ.Μ.Ε. χρειάζεται να αλλάξει.

Βρετανοί δημοσιογράφοι που εργάζονται τόσο στα κοινής διοχέτευσης Μέσα όσο και στα μουσουλμανικά Μ.Μ.Ε. θέτουν σκληρά ερωτήματα για το κατά πόσο αποκατάληπτη είναι η θεματολογία τους από την μουσουλμανική κοινότητα. Προσπαθούν άραγε, οι δημοσιογράφοι αρκετά, ώστε να παρέχουν το σύνολο των θεμάτων τους με ακριβοδίκαιο τρόπο? Μήπως διαφοροποιείται η δημοσιογραφική αναφορά σε αυτή την κοινότητα από το πώς γίνεται με άλλες κοινότητες? Τα ερωτήματα ωστόσο δεν οδηγούν πάντα στην επίτευξη καλύτερης κάλυψης. Βέβαια, τα τελευταία 10 χρόνια,

με την άφιξη των ψηφιακών και δορυφορικών Μ.Μ.Ε. άλλαξε και ο τρόπος κατανάλωσης των Μ.Μ.Ε από τις εθνοτικές μειονότητες. Το γεγονός ότι είχαν πλέον την δυνατότητα να παρακολουθήσουν προγράμματα από τις χώρες προέλευσής τους, κάλυψε το κενό που ένιωθαν ότι άφηναν τα Δυτικά Μ.Μ.Ε.

Μειονοτικά Μ.Μ.Ε-διατηρώντας την ταυτότητα της διασποράς ζωντανή

Οι περισσότερες κοινωνίες στην Ευρώπη όχι μόνο απαιτούν ανεπιφύλακτη πίστη από τις διαφορετικές εθνοτικές μειονοτικές ομάδες αλλά επίσης υποταγή στην 'ιδέα' μιας κοινής ταυτότητας-φυσικά καθοριζόμενη

μάτια'. Η επιλογή των συνεντευξιζόμενων έγινε με την οπτική του φύλου, της εθνικότητας, της ηλικίας και της πολιτισμικού ισοζυγίου, χαρακτηριστικά που ενδιαφέρουν σε όλες τις εθνοτικές ομαδοποιήσεις και σε κάθε ευρωπαϊκή κοινωνία. Στόχος μου ήταν να συγκρίνω τις προσωπικές μου απόψεις όσον αφορά στην διεργασία διαμόρφωσης της ταυτότητας με αυτές ενός ευρύτερου αντιπροσωπευτικού φάσματος εθνοκότητων.

Οι μειονότητες δεν εμπιστεύονται τα Μ.Μ.Ε.

Μια ερώτηση που έθεσα σε όλους ήταν: Διαδραμάτισαν τα Μ.Μ.Ε κάποιο ρόλο στη αντίληψη του εαυτού σας στο πλαίσιο της δανέζικης κοινωνίας;

Οι απαντήσεις δεν με εξέπληξαν. Καθένας από τους συνεντευξιζόμενους ανοικτά κατηγορήσε τα δανέζικα Μ.Μ.Ε. ως την κυριότερη αιτία μη ενσωμάτωσης. Οι περισσότεροι είχαν αρχίσει να βλέπουν δορυφορική τηλεόραση από τις χώρες καταγωγής τους ως μια μορφή κοινωνικής παραμυθίας, πνευματικής 'ανάσας' και επιβεβαίωσης της αίσθησης του ανήκειν. Αυτή η διαπί-

σωση έδωσε τροφή για σκέψη και προβληματισμό, δεδομένου ότι οι συνεντευξιζόμενοι ήταν άτομα ανώτερης εκπαίδευσης, πολύγλωσσοι, ενώ αρκετοί είχαν Δανούς συντρόφους.

Με το να διαβάζουν εφημερίδες και να βλέπουν τηλεοπτικά προγράμματα στην μητρική τους γλώσσα ήταν μια δυνατότητα να καταλάβουν τι συνέβαινε στο περιβάλλον τους. Επιπλέον, τα μειονοτικά Μ.Μ.Ε. μπορούσαν να τους δώσουν πίσω την ταυτότητα που προσπαθούσαν να αποβάλλουν για μεγάλο χρονικό διάστημα. Ακόμα και νεαρά άτομα με μεταναστευτικό υπόβαθρο, αλλά γεννημένα και μεγαλωμένα σε ευρωπαϊκές κοινωνίες, τώρα χρησιμοποιούν την μητρική γλώσσα των γονέων τους στις



'Καυτές καρέκλες' σε τηλεοπτική συζήτηση στο Sorot, Μάιος 2007 (από τα αριστερά προς τα δεξιά) Beate Schmidt-Behlau, Waldemar Janda, Bashy Quraishy, Artur Jablonsky.

© divv international

από την πλειοψηφία. Αυτή η μη ευπρόσδεκτη εμμονή δημιουργεί συγκρούσεις και μια αίσθηση αποξένωσης μεταξύ πολλών εθνοτικών μειονοτήτων που προέρχονται από χώρες έξω από το ευρωπαϊκό ημισφαίριο. Οι μειονότητες αυτές διαθέτουν εκτός από μια βαθιά αίσθηση της ταυτότητά τους και μια μακρά ιστορία. Για τις ομάδες αυτές το ζήτημα της αλλαγής ή της ολοκληρωτικής υιοθέτησης της ταυτότητας της κοινωνίας υποδοχής, δεν αποτελεί καν θέμα προς συζήτηση. Φυσικά, θέλουν να αποτελούν μέρος της κοινωνίας στην οποία ζουν αλλά ως ίσοι κι όχι ως κατώτεροι.

Το 2003 διεξήγαγα 15 συνεντεύξεις για τις ανάγκες του βιβλίου μου με τίτλο: 'Δανέζικη ταυτότητα, ειπωμένη μέσα από καστανά

καθημερινές συζητήσεις τους, στις μουσικές επιλογές τους και στην αναζήτηση των πατρογονικών ταυτοτήτων τους. Μεγάλες εθνοτικές ομάδες όπως οι Ινδοί, οι Πακιστανοί, οι Τούρκοι, οι Μαροκινοί, οι Σομαλοί και οι Ταμίλ έχουν τους δικούς τους ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες, ακόμη και τηλεοπτικούς σταθμούς στις μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις.

Κάποιος μπορεί δίκαια να ρωτήσει: Τι χρειάζονται αυτές οι μειονότητες τα εν λόγω Μ.Μ.Ε (των μειονοτήτων), όταν ζουν, εργάζονται και κοινωνικοποιούνται στις αντίστοιχες ευρωπαϊκές κοινωνίες; Υπάρχουν πολλές απαντήσεις για το παραπάνω ερώτημα.

Καταρχάς, τα εθνοτικά μειονοτικά Μ.Μ.Ε. πάντοτε διαδραματίζουν έναν ρόλο διασώστη – όχι μόνο με το να παρέχουν πληροφορία που αγνοούσαν τα κοινής διοχέτευσης Μ.Μ.Ε. αλλά επίσης με το να διατηρούν ζωντανές τις γλώσσες των διαφόρων χωρών καταγωγής, τις διάφορες κουλτούρες, τις παραδόσεις και τις θρησκευτικές πρακτικές, στο να ενισχύουν, με λίγα λόγια, και να καλλιεργούν την αίσθηση του ανήκειν. Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, το Διαδίκτυο και τις δορυφορικές λήψεις, καθώς και με την αναβάθμιση των επαγγελματικών δεξιοτήτων τους οι εθνοτικές μειονοτικές ομάδες είναι ικανές να διατηρούν την ταυτότητα της ομογένειάς τους ζωντανή. Μερικοί μπορεί να μη συμφωνήσουν αλλά, προσωπικά, πιστεύω, ότι στο φέγγος της υπεροψίας του Ευρωπαϊκού πολιτισμού, το βήμα αυτό δεν είναι μόνο αναπόφευκτο αλλά και αναγκαίο. Είναι η ύψιστη στιγμή επαναπροσδιορισμού της Ευρωπαϊκής ταυτότητας και του αναστοχασμού, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες πραγματικότητες.

Πολυπολιτισμικότητα ή Διαπολιτισμικότητα

Κατά δεύτερον, επειδή η πολυπολιτισμικότητα έχει αποτύχει να ικανοποιήσει τις ανάγκες όλων των μερών της κοινωνίας, ο ρόλος των εθνοτικών Μ.Μ.Ε. έχει γίνει πιο πρόδηλος.

Πολλά άτομα από τις εθνοτικές μειονότητες έχουν κατορθώσει να αποτελέσουν μέρος της Ευρώπης-αν όχι εθνικά ή θρησκευτικά, σίγουρα πολιτισμικά και κοινωνικά. Για λίγο διαμορφώθηκε η εντύπωση ότι οι δυτικές χώρες ήταν πρόθυμες να φιλοξενήσουν μη Ευρωπαϊκές εθνοτικές μειονότητες στις κοινωνίες τους. Αυτό βέβαια προϋπέθετε ότι οι παραπάνω ομάδες δεν διεκδικούσαν ίσα δικαιώματα και δεν προέβαλλαν εναλλακτικά πολιτιστικά μορφώματα στην χώρα υποδοχής τους. Το παράδειγμα των πρώτων οικονομικών μεταναστών-

στις αρχές της δεκαετίας του 1960-εναρμονίζεται απόλυτα με την παραπάνω λογική. Δούλευαν σκληρά, κοιτούσαν τη δουλειά τους και δεν διεκδικούσαν δικαιώματα. Αλλά μόλις οι εργάτες μεταμορφώθηκαν σε ανθρώπινες υπάρξεις, με κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες, πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και με δυναμικές θρησκείες τότε η καλή θέληση μετατράπηκε σε εχθρότητα ενώ η αποικιοκρατική νοσταλγία πήρε τη θέση της.

Παρακολουθώντας ωστόσο, την κατεύθυνση που οδεύει η Ευρώπη, οι άνθρωποι δεν είναι πλέον τόσο σίγουροι. Τα κοινής διοχέτευσης Μ.Μ.Ε. όχι μόνο δεν συγκαταλέγουν μεταξύ των ειδήσεων, αυτές που οι εθνοτικές ομάδες θέλουν να διαβάσουν, να δουν ή να ακούσουν αλλά παράλληλα τάσσονται υπέρ της ανάγκης της κυριαρχίας κοινωνίας στο να βρει 'έναν εχθρό'. Συζητήσεις με θέμα το Ισλάμ μετά τις επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου στο αμερικανικό έδαφος και την πρόσφατη δημόσια συζήτηση για την είσοδο της Τουρκίας στην Ε.Ε. ή την άνοδο ακροδεξιών παρατάξεων και τη συμμετοχή τους σε πολλές ευρωπαϊκές κυβερνήσεις είναι μερικά παραδείγματα της παραπάνω διαπίστωσης.

Ο Οριενταλισμός είναι ακόμη ζωντανός.

Ο Edward Said περιέγραψε την παραπάνω αντίληψη ως Οριενταλισμό. Είμαστε οι καλύτεροι και οι άλλοι οφείλουν να μάς μιμηθούν αλλά δεν πρέπει να μάς μοιάσουν ή να γίνουν καλύτεροι. Καθημερινά το Media Watch παρακολουθεί 10 εφημερίδες και 4 τηλεοπτικούς σταθμούς για να τεκμηριώσει τις τάσεις στα Μ.Μ.Ε.

Στη Δανία, οι εθνοτικές μειονότητες αποτελούν μόνο το 5% του συνολικού πληθυσμού αλλά λαμβάνουν το 34% της κάλυψης από τα Μ.Μ.Ε. Δυστυχώς, το μεγαλύτερο μέρος της κάλυψης από τα Μ.Μ.Ε. επικεντρώνεται σε θέματα όπως το έγκλημα, την αδυναμία ενσωμάτωσης, την απάτη, τη βία, τον θρησκευτικό φανατισμό και γενικευμένες συγκρούσεις. Μερικές φορές κατηγορώ τον εαυτό μου που αναλώνει τόσο πολύ χρόνο στο να παρακολουθεί αυτά τα προκατειλημένα Μ.Μ.Ε.

Είναι γιατί εύχομαι παράλληλα να συναντήσω και ευτυχείς στιγμές. Συνάμα, ευγνωμονώ τα Μ.Μ.Ε. που βοηθούν τις μειονοτικές ομάδες στο να αντιληφθούν ότι αν θέλουν να έχουν πληροφόρηση όπου δεν θα παρουσιάζονται ως αχρεία άτομα, θα πρέπει να παρακολουθούν τα εθνοτικά Μ.Μ.Ε. Εκεί, όπου η ταυτότητά τους, είναι αντικείμενο σεβασμού, εκτίμησης και τιμής. Τα κοινής διοχέτευσης Μ.Μ.Ε. θα πρέπει να αρχίσουν να καλύπτουν τα θέ-

ματα που είναι σημαντικά για τις εθνοτικές ομάδες στο άμεσο μέλλον. Διαφορετικά, όχι μόνο θα χάσουν μια μεγάλη μερίδα του καταναλωτικού κοινού και μια σημαντική πηγή εισοδήματος κατ' επέκταση, αλλά θα αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα κοινωνικής ανισορροπίας και διαχωρισμού της κοινωνίας σε πλειονότητες – μειονότητες. Οι μειονότητες εξαρτώνται από την πληροφορία που τους διαθέτουν τα Μ.Μ.Ε. Γνωρίζουν τη δύναμή τους να δημιουργούν καλή ή κακή πρόθεση με το να διαμορφώνουν καθολικές απόψεις. Γνωρίζουν, επίσης, ότι οι κυβερνητικές πολιτικές, οι νόμοι και η αποδοχή ή απόρριψη από την κοινωνία επηρεάζονται από τον τρόπο που τα Μ.Μ.Ε. τους παρουσιάζουν. Αλλά, στο τέλος, είναι τα μειονοτικά Μ.Μ.Ε., αυτά που μπορούν να δημιουργήσουν γέφυρες επικοινωνίας ανάμεσα στην δημοσιογραφική κοινότητα και τις διάφορες εθνοτικές μειονοτικές ομάδες.

Συντακτική ομάδα

Ingegerd Akselsson le Douaron
European Association for the Education of Adults (EAEA), Brussels/Södertörn Folk High School, Stockholm
www.eaea.org
ingegerd.akselsson.le.douaron@folkbildning.net

Claire Frachon
Institut PANOS Paris (IPP), Paris
www.panosparis.org
claire.frachon@noos.fr

Oliver Hinkelbein
Projektwerkstatt Umwelt und Entwicklung e.V./IMES, Hannover
www.projektwerkstattue.de
oliver.hinkelbein@s-hb.de

Georg May
Projektwerkstatt Umwelt und Entwicklung e.V./IMES, Hannover
www.projektwerkstattue.de
georgmay@werkstattue.de

Milica Pesic
Media Diversity Institute (MDI), London
www.media-diversity.org
milica.pesic@media-diversity.org

Bashy Quraishy
MediaWatch, Copenhagen
www.bashy.dk
bashy@mail.dk

Vasiliki Tsekoura
DAFNI KEK Vocational Training Centre (DAFNI VCT), Patras
www.kekdafni.gr
mftsekva@upatras.gr

Για δωρεάν αντίτυπα σε διάφορες γλώσσες, παρακαλούμε να επικοινωνήσετε
dvv international: www.dvv-international.de

Πώς μπορούν οι εθνοτικές κοινότητες να αποκομίσουν τα περισσότερα οφέλη από τα Μ.Μ.Ε. των πολιτών;

Του Georg May, Projektwerkstatt Umwelt und Entwicklung e.V., Ανόβερο

Ο πλουραλισμός των γλωσσών είναι μια έκφραση πολιτισμικού πλούτου. Η Ευρωπαϊκή Ένωση τονίζει πάντοτε την παραπάνω διαπίστωση στα επίσημα έγγραφα της. Ωστόσο, η πολυγλωσσία σπάνια αντικατοπτρίζεται στα 'κοινής διοχέτευσης' Μ.Μ.Ε. Η ειρωνία του πράγματος είναι ότι αυτοί οι τηλεοπτικοί κολοσσοί που στην πραγματικότητα είναι υποχρεωμένοι να παρέχουν στο κοινό ικανοποιητικό αριθμό τηλεοπτικών επιλογών, έχουν περιορίσει τα προγράμματά τους, την ίδια στιγμή και στον αντίστοιχο βαθμό που τα δορυφορικά κανάλια έχουν αυξήσει τα δικά τους προγράμματα, συμπεριλαμβάνοντας περισσότερα αυθεντικής προέλευσης ξένα κανάλια.

Όταν η επικέντρωση σε πολυπολιτισμικά θέματα από τα Μ.Μ.Ε γίνεται σαφής, αυτό μπορεί να αποτελέσει δείκτη της αναγνώρισης από την κοινωνία ότι υφίσταται τελικά η ανάγκη για διαπολιτισμικότητα.

Δυστυχώς, στην πραγματικότητα συμβαίνει συχνά, το αντίθετο. Τα κανάλια εκείνα, τα οποία αρχικά εξέπεμπαν στη μητρική τους γλώσσα και στόχευαν σε μια ομοιογενή ομάδα τηλεθεατών και ακροατών έχουν πλέον μεταβάλλει τα προγράμματά τους σε γερμανόφωνα με αποδέκτες ένα ετερογενές κοινό. Αν και αυτό ουσιαστικά έδωσε τη δυνατότητα να 'πεταχτούν' έξω πολλά ξενικά προγράμματα, στην πραγματικότητα, αυτή η στάση δεν απηχεί μια καινούργια αντίληψη.

Ως συνέπεια του παραπάνω γεγονότος, τα ποσοστά τηλεθέασης σημείωσαν πτώση και κάποια προγράμματα μεταφέρθηκαν σε ζώνες χαμηλής τηλεθέασης. Πλην ελάχιστων εξαιρέσεων, οι τηλεοπτικοί σταθμοί άρχισαν να ψάχνουν όλο και περισσότερο για στελέχη, που να μην είναι γερμανικής καταγωγής. Αποτέλεσμα: ούτε τα δημόσιου χαρακτήρα ούτε του ιδιωτικού να είναι σε θέση να ικανοποιήσουν στην ανάπτυξη του διαπολιτισμικού διαλόγου.

Μόνο οι ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί της Κοινωνίας των Πολιτών προσφέρουν στους μετανάστες απευθείας πρόσβαση στο περιεχόμενο του προγράμματος και της μετάδοσης τους. Συνεπώς,

πολιτισμικές εκδηλώσεις των εθνοτικών μειονοτήτων, να γίνονται γνωστές από τα Μ.Μ.Ε., αλλά να προβάλλονται κυρίως από τα Μ.Μ.Ε. της Κοινωνίας των Πολιτών.

Τα Μ.Μ.Ε. της Κοινωνίας των Πολιτών πρέπει να πληρούν, ωστόσο, τα ακόλουθα κριτήρια:

- Ελευθερία έκφρασης
- Ανοικτή πρόσβαση
- Κατάρτιση σε δεξιότητες των Μ.Μ.Ε
- Προγράμματα από 'πρώτο χέρι'
- Την αρχή της αποκλειστικά τοπικής και/ή περιφερειακής μετάδοσης
- Την αρχή της μη εμπορευματοποίησης

Τα Μ.Μ.Ε. Κοινωνίας των Πολιτών είναι κυρίως η φωνή των μειονοτήτων, ιδιαίτερα των πιο μικρών. Φυσικά σε υψηλά αστικοποιημένες περιοχές όπως το Αμβούργο, το Βερολίνο, το Ντόρτμουντ, η Φρανκφούρτη ή το Ανόβερο, οι μετανάστες εκπροσωπούνται στα προγράμματα σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με την πληθυσμιακή κατανομή. Αλλά είναι εμφανές ότι στις ομόσπονδες πολιτείες της Ανατολικής Γερμανίας μετά δυσκολίας κάποιες από τις μεταναστευτικές ομάδες μεταδίδουν προγράμματα. Είναι αληθές για μεγάλες πόλεις όπως το Ρόστοκ (Rostock) αλλά επίσης και για μικρότερες όπως η Μερσεμπουργκ (Merseburg).

Τα περισσότερα από τα προγράμματα στη μητρική γλώσσα έχουν μια συγκεκριμένη τακτική ώρα προβολής. Προβάλλονται σχετικά λίγα διαπολιτισμικά, πολύγλωσσα προγράμματα, γιατί απαιτούν περισσότερη δουλειά στην παραγωγή. Επομένως, είτε απαιτούν ειδική υποστήριξη, είτε συμπεριλαμβάνονται στα προγράμματα των Μ.Μ.Ε Κοινωνίας των Πολιτών.

Τα προγράμματα που εκπέμπονται στη μητρική γλώσσα εστιάζουν κυρίως σε θέματα που απασχολούν τις ομάδες στόχο και λιγότερο στην προαγωγή του διαπολιτισμικού διαλόγου. Εν τούτοις γίνονται προσπάθειες να μεταδίδονται σε δυο γλώσσες ώστε να δημιουργηθούν συνθήκες διαπολιτισμικής αλληλεπίδρασης. Αν το πετύχουν αυτό, τότε τα Μ.Μ.Ε. της Κοινωνίας των Πολιτών μπορούν να διαδραματίσουν σημα-

ντικό ρόλο στην κοινωνική ενσωμάτωση. Πέρα από την κατανόηση της γλώσσας (με βασική γλώσσα εκπομπής τη γλώσσα της πλειονότητας των πολιτών) γίνεται και μια αναφορά στην περιοχή, καθώς τα άτομα που συναντιούνται, λειτουργούν ως εκπρόσωποι διαφορετικών πολιτισμών στην περιοχή ή περιφέρεια αναφοράς τους.

Ωστόσο 'διαπολιτισμικό' σημαίνει μεταξύ άλλων ότι επικοινωνία δεν πραγματοποιείται μόνο μεταξύ των εθνοτικών ομάδων και πλειονότητας της κοινωνίας αλλά και μεταξύ των διαφορετικών πολιτισμικών μορφωμάτων και στο εσωτερικό ακόμα του καθενός, με αντίληψη ισότιμης εκπροσώπησης.

Τα διαπολιτισμικά προγράμματα διακρίνονται ουσιαστικά από το γεγονός ότι παρουσιάζουν ένα φάσμα οπτικών και αντιλήψεων και από την συνακόλουθη πρόσκληση που απευθύνουν για δημόσια συζήτηση γύρω από τη συνύπαρξη των ανθρώπων από διαφορετικές κουλτούρες - γιατί αυτή είναι η πραγματική ζωή, η καθημερινότητα στις διαφορές συνοικίες.

Για τους επαγγελματίες δημοσιολόγους, η διαπολιτισμικότητα ως φιλοσοφία που διέπει τα διάφορα ραδιοτηλεοπτικά προγράμματα - από τις τηλεοπτικές ταινίες, τις ειδήσεις ως την ψυχαγωγία - θα πρέπει να διασφαλίζει ότι η διάφορες πολιτισμικές αυτό-εικόνες και η αντίληψη για τον Άλλο, δεν θα προβάλλονται μέσα από την Γερμανική αντίληψη αλλά σε ένα διαπολιτισμικό επίπεδο, δηλαδή από ένα φάσμα διαφορετικών οπτικών και αντιλήψεων. Φυσικά αυτό είναι κάτι που μπορεί να συμβεί με την προϋπόθεση ότι υπάρχουν και μετανάστες μεταξύ των παραγωγών. Τελικά, αυτό που προκύπτει ως συμπέρασμα είναι ότι: προς το παρόν, είναι εφικτό να επιτευχθεί η διαπολιτισμικότητα μόνο στα μη κερδοσκοπικά ραδιοτηλεοπτικά Μέσα της Κοινωνίας των Πολιτών. Παράλληλα, οι καθ' ύλην αρμόδιοι, θα πρέπει να δημιουργήσουν το κατάλληλο πλαίσιο, όπως την οργάνωση παροχής υποστήριξης στους επαγγελματίες και την περαιτέρω κατάρτιση των εκδοτών.

Όταν η Πολυπολιτισμικότητα χτύπησε την πόρτα!

Της Inger Kraft Eltzer, ebu (τέως Σουηδική τηλεόραση), Στοκχόλμη

Πριν από δυο χρόνια περίπου, το διάσημο εβδομαδιαίο διαπολιτισμικό τηλεοπτικό πρόγραμμα, Μωσαϊκό (Mosaik) σταμάτησε να προβάλλεται στη Σουηδία. Αυτό το πρόγραμμα ήταν αναγνωρισμένο για περισσότερο από 15 χρόνια στη Σουηδική τηλεόραση (SVT), ένα Δημόσιο Τηλεοπτικό Κανάλι εθνικής εμβέλειας.

Εμείς οι εκδότες, οι δημοσιογράφοι και το προσωπικό, ήμασταν όλοι απογοητευμένοι. Όλοι μας προερχόμαστε από διαφορετικές εθνικότητες και το πρόγραμμα είχε αναπτυχθεί την ίδια περίοδο που συντελείτο η κοινωνική εξέλιξη και πρόοδος της σουηδικής κοινωνίας. Το Μωσαϊκό (Mosaik) ήταν ένα είδος θερμοκηπίου για τους νέους δημοσιογράφους ενώ οι ικανότητες μας με το χρόνο βελτιώθηκαν. Τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, οι τηλεθεατές μας κυρίως μετανάστες αλλά και Σουηδοί που ενδιαφέρονταν για τα θέματα των μεταναστών και της μετανάστευσης – ήταν ιδιαίτερα ευγνώμονες σε αυτό το μοναδικό στο είδος του πρόγραμμα.

Ωστόσο, κοιτώντας πίσω στο χρόνο, κάποιος θα παρατηρούσε ότι αυτή η ξαφνική αλλαγή, μας 'άνοιξε τα μάτια'. Συνειδητοποιήσαμε ότι αρκετοί από τους τηλεοπτικούς μας συνεργάτες αντιμετώπιζαν το Μωσαϊκό (Mosaik) σαν άλλοθι και οι ίδιοι προσωπικά δεν ενδιαφέρονταν και πολύ για την πολυπολιτισμική κοινωνία στην οποία αποσκοπούσε το πρόγραμμα, αλλά σε επιμέρους θέματα που αφορούσαν σε μετανάστες ως θέματα κακομεταχείρισης ή ξένους που είχαν διαπράξει εγκλήματα ή είχαν πρόβλημα στέγασης. Το τυπικό θύμα, η δημοσιογραφία στα χειρότερα της.

Την ίδια στιγμή που το Μωσαϊκό (Mosaik) εξαφανίστηκε, το SVT άρχισε να καλλιεργεί μια εθνο-πολιτισμική πολιτική με τον τίτλο «Πολυπολιτισμικό Κέντρο». Δυο άνθρωποι είχαν αναλάβει τη σοβαρή ευθύνη να κάνουν την πολυπολιτισμικότητα πραγματικότητα τόσο σε επίπεδο προσωπικού και στελεχών όσο και σε επίπεδο προγράμματος. Σε όλη τη διαδρομή και κατά την διεργασία σύντομα ανακαλύψαμε ότι ανάμεσα στους συνεργάτες μας υπήρχε μεγάλη επιθυμία να μάθουν, αλλά ο δρόμος ήταν πολύ μακρύς. Επρόκειτο για ένα μακρύ και επίπονο ταξίδι. Ίσως ήταν ένα

ανυπόμονο ταξίδι ταυτόχρονα. Δεν ήταν λίγες οι φορές που κάποιος είχε την τάση να πηγαίνει πολύ γρήγορα, χωρίς να περιμένει τους άλλους να τον φτάσουν. Υπήρχε επίσης και μια διαφορά ανάμεσα στα λόγια και τις πράξεις. Δημοσιογράφοι και υπεύθυνοι προγράμματος έχουν την τάση να πιστεύουν ότι ξέρουν τα πάντα και ότι είναι διαφορετικοί από τους άλλους, «εκεί έξω». Αλλά η αλήθεια είναι ότι δεν είμαστε τόσο διαφορετικοί ή καλύτεροι.

Από τότε που το 22.2% του Σουηδικού πληθυσμού έχει βιώσει κάποια εμπειρία από άλλες θρησκείες, πολιτισμούς ή γλώσσες, η Σουηδία είναι στην πραγματικότητα μια ιδιαίτερα πολυπολιτισμική κοινωνία. Αυτός είναι και ο λόγος που έκανε τους ιθύνοντες του Καναλιού SVT να αξιοποιήσουν συνειδητά την πολιτισμική ποικιλομορφία. Ήξεραν ότι το Πολυπολιτισμικό Κέντρο μπορούσε να ασκήσει κάποια επίδραση στους διευθυντές τηλεοπτικού προγράμματος, εντεταλμένους εκδότες και υπευθύνους λήψης αποφάσεων σε κάθε επίπεδο, καθώς και στη λειτουργία άλλων τμημάτων ως προς την πολιτική τους σε θέματα στελέχωσης και σχεδίων δράσης.

Ως εργαλεία στην προσπάθεια να ενισχυθεί η στρατηγική αυτή αποτέλεσαν σχετικά σεμινάρια, καθημερινές τηλε συνδιαλέξεις και εργαστήρια προκειμένου να διασφαλιστεί ότι όλα τα τμήματα της επιχείρησης πραγματοποιούσαν τα σχέδια δράσης τους αντισφύζον. Η παρακολούθηση στη συνέχεια (follow up) όλων των δραστηριοτήτων αποτέλεσε ένα ενδιαφέρον θέμα επίσης. Ταξιδέψαμε αρκετά και διαθέσαμε χρόνο σε κάθε ένα από τα παραρτήματα ή τα τμήματα, τα επιμέρους προγράμματα και τους υπεύθυνους σχεδιαστές των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Στα πλαίσια αυτής της αλληλεπίδρασης πολύ γρήγορα, αλλά χωρίς να μας προκαλέσει έκπληξη ανακαλύψαμε ότι δεν υπήρχε καθημερινή επαφή με αυτούς που έκαναν την Σουηδία πολυπολιτισμική. Αποδείχθηκε ότι οι δημοσιογράφοι του Τύπου και των τηλεοπτικών μέσων είναι ακριβώς σαν τους συνηθισμένους ανθρώπους-όχι σε πολύ στενή επικοινωνία με 'τους άλλους', εννοώντας ανθρώπους από εθνοτικές και θρησκευτικές μειονότητες. Προτάθηκε λοιπόν στα μεγάλα τμήματα

εντός του SVT ότι είναι επιβεβλημένο να ξεκινήσουν τα δικά τους τοπικά δίκτυα. Αυτό αποτέλεσε και ένα σημαντικό κλειδί για να ανοίξουν πόρτες. Η εξέλιξη αυτή είχε διττό χαρακτήρα: Από τη μια ενθάρρυνε τα ήδη φλογισμένα και αφοσιωμένα πνεύματα που ήταν ήδη παρόντα, ενώ από την άλλη δημιουργήθηκε ένα δίκτυο που μπορούσε να λειτουργήσει μακροπρόθεσμα.

Η εμπειρία για μια ακόμα φορά ανέδειξε να μην την επιθυμία κάποιων συνεργατών να μάθουν από την ίδια την πραγματικότητα, παρ'όλα αυτά υπήρχε μια αμηχανία στο να αναπτύξουν επαφές με τον έξω κόσμο. Δεν ήταν συνηθισμένοι σε τέτοιου είδους πρακτικές. Είχε ωστόσο τονιστεί ότι για να τα καταφέρεις απαιτούνται επαγγελματισμός και οι σχετικές ικανότητες. Οι άνθρωποι είναι άνθρωποι, που σημαίνει ότι ο κάθε ένας αναζητά την επαφή. Όλα τα μέλη των μειονοτήτων θέλουν να παρουσιάζονται όπως είναι με ακριβοδίκαιο τρόπο, να τους μεταχειρίζονται ισότιμα και χωρίς διάκριση. Λόγω των μακροχρόνιων επαφών μου με το χώρο των ΜΜΕ και εκτός Σουηδίας, έχω διαπιστώσει ότι οι επαφές μεταξύ των ΜΜΕ και των ΜΚΟ δεν είναι τόσο συχνές όσο σε άλλες χώρες. Όσο τουλάχιστον αφορά στο SVT, υποθέτω ότι η «δωρεάν» δημόσια τηλεόρασή μας, πιστεύει ότι δε θα πρέπει να υπάρχει η οποιαδήποτε επιρροή από οργανισμούς, πολιτικά κόμματα, κυβερνήσεις και ΜΚΟ.

Ένας λόγος βασικός για την ελλιπή επικοινωνία με τις ΜΚΟ θα μπορούσε να θεωρηθεί το υπόβαθρο αυτών των ίδιων των δημοσιογράφων και των σχεδιαστών τηλεοπτικών προγραμμάτων. Όλοι γνωρίζουμε ότι τα ΜΜΕ φρουρούν την ανεξαρτησία τους με υπερβάλλοντα ζήλο.

Ωστόσο, από την άλλη, πιστεύω ότι όταν οι ΜΚΟ έχουν κάτι καινούργιο να κομίσουν ή ιδέες να μοιραστούν, θα μπορούσαν σε αυτή την περίπτωση να ανακαλύψουν νέους τρόπους πρόσβασης στον κόσμο των ΜΜΕ. Την ίδια στιγμή, δημοσιογράφοι και διευθυντές προγραμμάτων θα έπρεπε κι από την πλευρά τους να καταβάλλουν προσπάθεια ώστε να εγκαθιδρυθεί η επικοινωνία με τις ΜΚΟ και να μην περιμένουν απλά να «πέσουν» δελτία Τύπου στη ταχυδρομική τους θυρίδα ή να εμφανιστούν στο

ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο. Σημαίνει δηλαδή ότι ο ακρογωνιαίος λίθος ή η κορωνίδα μιας υγιούς σχέσης είναι οι διαπολιτισμικές δεξιότητες των δημοσιογράφων και η αμοιβαία, αμφίδρομη επικοινωνία. Το μυστικό επίσης είναι η αλλαγή οπτικής και ο αναστοχασμός για το τι εκλαμβάνουμε ως « είδηση». Να φέρουμε μέσα «νέα» θέματα, πράγμα που σημαίνει να αντικατοπτρίσουμε ολον τον πληθυσμό με θέματα που να μην αφορούν μόνο την εθνοτική προέλευση.

στην Τηλεόραση « θα ψάχνει για εμπειρογνώμονες και πηγές με πολυπολιτισμικό υπόβαθρο», « θα χρησιμοποιεί παρουσιαστές με ποικιλότητα στην προέλευση», « θα αντανακλά την κοινωνία : θα μιλάει σε πολλές διαλέκτους». Μεταξύ άλλων η πολιτική του καναλιού επίσης αναφέρει ότι το SVT στα προγράμματά του θα « δίνει έμφαση σε ανθρώπους με διαφορετική προέλευση» και « θα θέτει υπό αμφισβήτηση παραδοσιακές αντιλήψεις ». Όλες αυτές οι διακηρύξεις αποτελούν απλώς εργαλεία

Ράδιο Σουηδία (διεθνές), 18 διαφορετικές γλώσσες μπορούν να ακουστούν. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι στο UR πολλά προγράμματα έχουν υποτίτλους στα Αραβικά, και υπάρχουν επίσης προγράμματα με υπότιτλους στα Αγγλικά και στα Ταϊβανέζικα. Οι διαφορές, πιστεύω, είναι καθαρά πρακτικής και τεχνικής φύσεως, και εξαρτώνται από το είδος των εργασιών που αναλαμβάνει το κάθε δημόσιο Ραδιοτηλεοπτικό Μέσο (το UR, για παράδειγμα, είναι εκπαιδευτική ραδιοτηλεόραση, το SR είναι μόνο ραδιόφωνο ενώ το STV είναι τηλεόραση). Ο υποτίτλισμός χρησιμοποιείται συχνά στη Σουηδική ραδιοφωνία, γεγονός σημαντικό αν το συγκρίνεις με άλλους Ευρωπαίους Ραδιοτηλεοπτικούς παραγωγούς και παρουσιαστές που χρησιμοποιούν την μεταγλώττιση.

Την ίδια αυτή στιγμή, η δουλειά του Πολυπολιτισμικού Κέντρου αποτελεί κανονικό τμήμα του νέου Τομέα : Ανθρώπινοι Πόροι και Ανάπτυξη, ΕΚΕ (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη). Αυτό θεωρώ ότι είναι το σωστό βήμα.

Οι δραστηριότητες αποτελούν μέρος της βιώσιμης ανάπτυξης και θα γίνουν γνωστές σε όλη την εταιρία. Θα εργαζόμαστε αξιοποιώντας όλες τις διαφορετικότητες – όπως το κοινωνικό φύλο, τον γενετήσιο προσανατολισμό, την αναπηρία, την ηλικία καθώς και την πολιτισμική, θρησκευτική και εθνοτική ποικιλότητα. Δουλεύοντας με αυτό τον τρόπο θα ισχυροποιήσουμε τους δεσμούς μεταξύ διαφορετικών περιθωριακών ομάδων οι οποίες κανονικά εργάζονται ξεχωριστά. Αυτό θα μπορούσε να είναι και η αρχή μιας αληθινής διαπολιτισμικότητας. Το να μοιράζεσαι εμπειρίες, να διευρύνεις τα δίκτυα, να επεξεργάζεσαι νέους τρόπους υλοποίησης και να συζητάς για τρόπους που θα κάνουν όλη την επιχείρηση πολυπολιτισμική.

Αυτό σημαίνει ακόμα περισσότερη επαφή και νέες σχέσεις με την κοινωνία πράγμα που επίσης περιλαμβάνει δυνατές και αξιόλογες σχέσεις με τις ΜΚΟ. Είναι αλήθεια ότι η ανεξαρτησία των Οργανισμών Δημόσιας Ωφέλειας είναι πάνω από όλα επιβεβλημένη αλλά την ίδια στιγμή χρειάζεται να κοιτάξουμε πέρα από παλιές δομές και συμπεριφορές και να δημιουργήσουμε συνθήκες αμοιβαίας συνεργασίας. Μερικοί πιθανόν να το ονομάσουν αυτό πολιτική ορθότητα, ωστόσο χρειαζόμαστε να κινηθούμε μαζί με την εξέλιξη της κοινωνίας, χρειάζεται να εξελισσόμαστε αδιάκοπα, αλλά να εφαρμόζουμε την ισότητα, να επιδεικνύουμε σεβασμό και να συμβάλουμε στην ενσωμάτωση.



Νέοι μετανάστες συζητούν

Καθώς πολλά δημόσια ΜΜΕ, ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά αναθέτουν σε εξωτερικούς συνεργάτες όλο και περισσότερες παραγωγές, είναι σημαντικό να προσέξουμε επίσης τη δουλειά αυτών των ανθρώπων. Ποιοι είναι οι εργαζόμενοι τους, πως επιλέγουν τα πρόσωπα (casting), με ποια θέματα ασχολούνται, πόσο δεκτικοί και ανοικτοί στην κοινωνία (inclusive) είναι ως προς τη φιλοσοφία τους αυτοί οι εξωτερικοί συνεργάτες?

Κοιτάζοντας πίσω στο Μωσαϊκό (Mosaik) και την δική του διαδρομή στα ΜΜΕ, στους ανθρώπους του που δούλευαν για αυτό, προσωπικά νιώθω ευτυχής που το φαινόμενο του θερμοκηπίου έπληξε τα φρούτα. Τους πρώην συντάκτες μας και εκδότες μπορεί να τους παρακολουθήσει ή να τους ακούσει κάποιος σε προγράμματα διοχέτευσης (mainstreaming) με την ιδιαίτερη, διαφορετική προφορά τους, ενώ πολλοί σκηνοθέτες και παρουσιαστές αρκετά αναγνωρίσιμοι πλέον στα Σουηδικά ΜΜΕ, άρχισαν την καριέρα τους στο Μωσαϊκό (Mosaik).

Η τρέχουσα πολιτική μας στο SVT ξεκάθαρα υποστηρίζει ότι στα προγράμματά του,

για την ενίσχυση της κοινωνικής διοχέτευσης σε μια πολυπολιτισμική κοινωνία. Οφείλουμε να δουλέψουμε απευθείας με τα προγράμματα και να μπούμε σε αυτά.

Οι εκδότες που αναλαμβάνουν κατόπιν συμβολαίου δεσμεύονται μέσω μιας αναφοράς σε αυτό, να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στην πολιτισμική ποικιλότητα, για παράδειγμα « το πρόγραμμα θα καταβάλει προσπάθεια να αντικατοπτρίσει την εθνοτική και πολιτισμική ποικιλότητα της περιοχής». Την δέουσα προσοχή επίσης θα τύχει η επαναστελέχωση του προσωπικού και η κατανομή θέσεων μαθητείας.

Σύμφωνα με την Ραδιοφωνική Άδεια λειτουργίας οι σταθμοί SR, SVT και UR μοιράζονται την ευθύνη παραγωγής ραδιοφωνικών προγραμμάτων που στοχεύουν στις γλωσσικές και εθνικές μειονότητες. Υπάρχει μια συμφωνία ανάμεσα στις εταιρίες, η οποία λέει ότι το SR θα πρέπει να προσέξει την εβραιογερμανική διάλεκτο (Yiddish), μεταξύ των γλωσσών. Για τις περισσότερες γλώσσες έχει φροντίσει το SR: Αλβανικά, Αραβικά, Ασσυριακά/ Αραμαϊκά, Φαρσί, Κουρδικά, Σερβικά/ Κροατικά/ Βοσνιακά, Σομαλεζικά, Ισπανικά και Τουρκικά. Στο

Ο Τύπος και οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις Δυο Κόσμοι που ενώνουν τις δυνάμεις τους στην Ελλάδα.

Της Βασιλικής Τσεκούρα, Διευθύντρια Κατάρτισης ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ Πάτρα.

«Νομίζω ότι ο Τύπος δεν ενδιαφέρεται για τίποτε άλλο παρά μόνο για τη ζωή των διασήμεων». Αυτή είναι η άποψη του 35χρονου Πέτρου Χ. από την Πάτρα, στην Ελλάδα αναφορικά με τα Μ.Μ.Ε. Παντρεμένος και χωρίς δουλειά (άνεργος για περίπου δύο χρόνια), ο Πέτρος δεν απέχει και πολύ από την αλήθεια. Ένας μεγάλος αριθμός φυλλάδων 'διακοσμούν' τα παρακείμενα περίπτερα, γεγονός που αποδεικνύει την άποψή του. Η 'φυλλαδοποίηση' πολλές φορές και του σοβαρού Τύπου έχει εξελιχθεί σε πρόβλημα όχι μόνο στην Πάτρα, αλλά σε ολόκληρο τον κόσμο. Τώρα ο Πέτρος θέλει να μάθει για ανθρώπους σαν και αυτόν και για ζητήματα που απασχολούν αυτόν και όσους βρίσκονται σε παρόμοια με τη δική του θέση.

Αλλά και για τα Μ.Μ.Ε αυτό επίσης αποτελεί ένα θέμα : Πως να διευρύνουν δηλαδή τη θεματολογία τους δημοσιογραφικά ώστε να τραβήξουν την προσοχή όσο το δυνατόν περισσότερων « καταναλωτών » και ακόμα, πώς να εντοπίσουν εκείνα τα θέματα που θα προσελκύσουν ένα συγκεκριμένο κοινό με πολύ συγκεκριμένα ενδιαφέροντα. Και όλα αυτά να πρέπει να είναι και κερδοφόρα.

Ένας τρόπος να εισάγεις νέο περιεχόμενο, και επομένως να προσελκύσεις και νέο κοινό, (με συνακόλουθο κέρδος) είναι να συμπεριλάβεις νέες πηγές ειδήσεων, πηγές τις οποίες οι δημοσιογράφοι συχνά ξεχνούν, αγνοούν ή δεν εμπιστεύονται. Πηγές όπως οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ). Οι σημερινοί συντάκτες δεν λειτουργούν πλέον εξειδικευμένα, ώστε τη μια μέρα να γράφουν για το ερωτικό σκάνδαλο ενός πολιτικού, την άλλη για ένα νέο εμβόλιο κατά του ιού του AIDS και την επόμενη για τις καιρικές συνθήκες που επηρεάζουν την παραγωγή κρασιού. Για αυτούς οι ΜΚΟ θα μπορούσαν να αποτελέσουν μια ατέλειωτη πηγή ιστοριών και θεμάτων, ειδικά αν εστιάζουν σε συγκεκριμένα ζητήματα, ειδικότερα δε όταν οι ίδιες οι ΜΚΟ αντιλαμβάνονται τη δύναμη των ΜΜΕ. Τότε παράγεται η πρώτη 'ανάφλεξη', όπως συνέβη με την Πάτρα, μεταξύ του ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ, μη κερδοσκοπικού φορέα και του 3μηνιου περι-

οδικού ΤΟ ΔΟΝΤΙ.

Το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης ΔΑΦΝΗ ιδρύθηκε το 1996 από μια ομάδα επιστημόνων με στόχο την καταπολέμηση της ανεργίας, ειδικότερα της ανεργίας που πλήττει τους νέους και τις γυναίκες. Αναλαμβάνει επίσης δράσεις κατά του κοινωνικού αποκλεισμού και του αποκλεισμού από την εργασία ομάδων, όπως οι μετανάστες, προσφέροντας υπηρεσίες επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Το ΔΑΦΝΗ ΚΕΚ οργανώνει σεμινάρια και συμμετέχει σε πιλοτικά σχέδια δράσης με εταιρείες από το εξωτερικό, είτε με τη συγχρηματοδότηση διεθνών αναπτυξιακών οργανισμών είτε στα πλαίσια υλοποίησης ευρωπαϊκών προγραμμάτων που αφορούν ομάδες πληθυσμού, οι οποίες κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό.

Το περιοδικό ΔΟΝΤΙ, πρωτοεκδόθηκε το 1998 στην Πάτρα και διανέμεται σε τριμηνιαία βάση σε όλα τα μεγάλα αστικά κέντρα. Εκτός από την έκδοση αυτή, οι υπεύθυνοι του περιοδικού εκδίδουν το περιοδικό [Περιβάλλον στο οποίο ενσωματώνουν σε αυτήν και ΤΟ ΔΟΝΤΙ. ΤΟ ΔΟΝΤΙ κυρίως εστιάζει σε ζητήματα που αφορούν στην ποιότητα ζωής των Ελλήνων πολιτών, στην περίπτωση δε της Πάτρας, σε θέματα επίσης όπως η κοινωνική ανισότητα σε συνδυασμό με την ανεργία.

Επομένως το ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ παρέχει πληροφορίες στο περιοδικό ΤΟ ΔΟΝΤΙ και το περιοδικό διαθέτει τις σελίδες του στο ΔΑΦΝΗ ΚΕΚ. Η συνεργασία αυτή είναι θα πρέπει να πούμε, στα πρώτα της βήματα, ξεκίνησε μόλις την Άνοιξη, αλλά προσδοκά σε γόνιμα αποτελέσματα.

' Αυτή η σχέση θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο, ένα μέσο προώθησης δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών που αφορούν στην απασχολησιμότητα » αναφέρει η Βασιλική Τσεκούρα, Διευθύντρια Κατάρτισης του ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ. « Δια μέσου του περιοδικού θα διανέμονται πληροφορίες που αφορούν στα προγράμματα κατάρτισης, τις διαδικασίες πιστοποίησης, τις Ευρωπαϊκές πολιτικές που αφορούν στην ανάπτυξη του Ανθρωπίνου Δυναμικού,



Ενήλικες εκπαιδευόμενοι από κοινότητες μεταναστών
© dvn international

καθώς και την κριτική μας τοποθέτηση σε θέματα απασχόλησης. Φυσικά, μας ενδιαφέρει μέσω του περιοδικού να προσκαλέσουμε τους αναγνώστες να πάρουν ενεργό μέρος στις συζητήσεις μας και για το λόγο αυτό θα οργανώνονται δημόσιες συζητήσεις με συγκεκριμένο θεματικό περιεχόμενο και σκοπό. Θέματα όπως η προώθηση του διαπολιτισμικού διαλόγου και μιας γενικότερης διαπολιτισμικής στάσης, έρευνες με την τεχνική των ομάδων εστίασης (focus groups), έρευνες που αφορούν στις ανάγκες εκπαίδευσης και κατάρτισης, ο ρόλος των επιχειρήσεων και η βιωσιμότητά τους, καλές πρακτικές και συνθήκες μεταβιβασιμότητάς τους από χώρες της ΕΕ ... οτιδήποτε που θα συνέβαλλε στην προώθηση της ισότητας των ευκαιριών. Γενικά, η περιοδική αυτή έκδοση αποτελεί για μας ένα μέσο έκθεσης της οπτικής και φιλοσοφίας μας στο θέμα των ίσων ευκαιριών, αλλά και των δραστηριοτήτων μας, όσων σχεδιάζουμε και όσων έχουμε πραγματοποιήσει. Για αυτό το λόγο προωθούμε τη δυνατότητα της συνεχούς και αμοιβαίας επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης της τοπικής κοινωνίας (των ωφελούμενων) με τον οργανισμό μας».

Το περιοδικό ΤΟ ΔΟΝΤΙ έχει το δικό του ενδιαφέρον για αυτή την συνεργασία. Όπως

χαρακτηριστικά μας είτε Ανδρέας Τσιλίρας, Διευθυντής Έκδοσης, « η συνεργασία συνεπάγεται την ενδυνάμωση της δημοσιογραφικής μας έρευνας, την διεύρυνση των θεμάτων μας και την εμβάθυνση σε θέματα μέσα από μια ευρύτερη πολιτισμική οπτική και με στόχο την αντιμετώπιση των κοινωνικών ανισοτήτων»

Ο κ. Τσιλίρας προσβλέπει ιδιαίτερα στην επέκταση των διεθνών συνεργασιών του μέσω του ΔΑΦΝΗ ΚΕΚ. Άλλωστε το γε-

γονός ότι το ΔΑΦΝΗ ΚΕΚ ανήκει στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Εκπαίδευση Ενηλίκων το καθιστά μια θύρα εξόδου για το περιοδικό ΤΟ ΔΟΝΤΙ, ώστε να κινηθεί εκτός συνόρων «Ελπίζουμε ότι η εμπειρία αντίστοιχων Ευρωπαϊκών φορέων θα μας βοηθήσει όχι μόνο να διευρύνουμε το δίκτυο των συνεργασιών μας αλλά και τις ιδέες και τις ικανότητές μας. Να μη ξεχάσω να αναφέρω επίσης ότι η συνεργασία με το ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ ως φορέα επαγγελματικής εκπαίδευσης

και κατάρτισης θα αποβεί πολύτιμη και σε μας δίνοντας μας την ευκαιρία να σκεφτούμε πιθανότητες κατάρτισης των στελεχών μας και άλλων σε θέματα που χτυπούν στην 'καρδιά' του ΚΕΚ ΔΑΦΝΗ' λέει χαρακτηριστικά ο κ. Ανδρέας Τσιλίρας.

Εάν αυτή η συνεργασία συνεχιστεί, αυτό που κάποιος τουλάχιστον ελπίζει είναι να αλλάξει ο Πέτρος Χ. την άποψη του για τον Τύπο γενικά ή τουλάχιστον για ό, τι βλέπει να γράφεται στην Πάτρα.

Κατανοώντας τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε)

-Από το βιβλίο «Ένα Εγχειρίδιο αποτελεσματικών σχέσεων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) με τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ)» της Milica Pesic, Διευθύντριας του Ινστιτούτου Πολυπολιτισμικών Μέσων (MDI) –Λονδίνο.

Πως τα διάφορα ζητήματα διακινούνται από τα Μ.Μ.Ε

Τα θέματα διαμορφώνονται και διαδίδονται από τα Μ.Μ.Ε ακολουθώντας ένα σύνηθες υπόδειγμα, αν και παρατηρείται ένα ευρύ φάσμα διαφοροποιήσεων ως προς τον χρόνο που απαιτεί η σύνολη διαδικασία.

Νέες ιδέες, ανακαλύψεις, μικρά γεγονότα ή ακόμα και γεγονότα που αφορούν δικές σας δραστηριότητες, ή την αρχική συζήτηση δύο προσώπων, μια ομιλία, ή δελτία τύπου γίνονται αντικείμενο προσοχής από τα ΜΜΕ και μεταφέρονται στο ευρύ κοινό. Αυτή η διεργασία μπορεί να πάρει αρκετούς μήνες ή και κάποια χρόνια. Ζητήματα όπως η φροντίδα υγείας, η οικογενειακή και ιατρική άδεια, η επάρκεια της ενέργειας, η παγκόσμια άνοδος της θερμοκρασίας, νέοι μέθοδοι ελέγχου των γεννήσεων, ο οικογενειακός προγραμματισμός, η διατήρηση της οικογένειας, μπορούν να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του κοινού με πολλούς τρόπους.

- Νέες ιδέες και πολιτικές συχνά, πρώτα αναφέρονται σε εσωτερικές εκδόσεις με μικρό αριθμό αποδεκτών ή ανακοινώνονται σε ομιλίες και ακαδημαϊκά άρθρα απευθυνόμενα σε περιορισμένο ακροατήριο
- Επαγγελματικές εκδόσεις, περιορισμένης κυκλοφορίας βιβλία, περιοδικά νέα και γενικότερα περιοδικά και άρθρα μπορούν επίσης να αποτελέσουν αφορμές προβληματισμού νέων εξελίξεων και ιδεών.
- Ειδικευμένοι συντάκτες, ειδικότερα σε επιχειρηματικά θέματα, είναι συνδρομητές και παρακολουθούν περιοδικά και

διάφορες εκδόσεις που αφορούν στα παραπάνω θέματα. Συντάκτες ιατρικών θεμάτων διαβάζουν τα αντίστοιχα ιατρικά ή επιστημονικά περιοδικά, ή επιχειρηματικοί συντάκτες μελετούν τα άρθρα επιχειρηματικού ενδιαφέροντος ψάχνοντας για νέες ιδέες.

- Από τη στιγμή που ένα θέμα καλύπτεται από τους συντάκτες, επιφυλλιδογράφοι και δημοσιογραφικά επιτελεία αρχίζουν να το συζητούν στα κύρια άρθρα. Αυτά αποτελούν συνήθως και τα άρθρα «στοχασμού» ή «προβληματισμού».
- Τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων γενικά κινούνται γύρω από το κεντρικό άρθρο μιας από τις πιο σοβαρές εφημερίδες. Συχνά δηλαδή αυτό που συμβαίνει στην πρώτη σελίδα των πρωινών φύλων συνδυάζεται με γεγονότα της ημέρας αποτελώντας τη μήτρα του βραδινού (κεντρικού) τηλεοπτικού δελτίου.

Κατανοώντας τις προθεσμίες

Πολλούς ανθρώπους τους τρομάζει η ιδέα να τηλεφωνήσουν ή να γράψουν σε ένα συντάκτη τον οποίο δεν γνωρίζουν προσωπικά, υποθέτοντας ότι οι συντάκτες δεν θα ενδιαφερθούν για ιστορίες μη επωνύμων, απλών καθημερινών ανθρώπων ή και οργανισμών. Στην πραγματικότητα, ωστόσο, οι συντάκτες στηρίζονται σε ένα ευρύ φάσμα πηγών ειδήσεων, και συνήθως απολαμβάνουν να γίνονται αποδέκτες πληροφοριών που αφορούν πραγματικές νέες ιστορίες.

Εσείς μπορείτε πολύ καλά να δείτε τον εαυτό σας, ωστόσο, να συνομιλεί στο τηλέφωνο με έναν ή μία ανυπόμονη συντάκτη, ει-

δικά μάλιστα όταν του/ της, τηλεφωνείτε σε περίοδοι σχεδόν εκπνοής μιας προθεσμίας, όταν δηλαδή προσπαθεί να τελειώσει με το άρθρο του/της για το επόμενο τεύχος. Πριν του/ της τηλεφωνήσετε, αναρωτηθείτε μήπως ενδεχόμενα ο/η συντάκτης βρίσκεται σε φάση μιας τέτοια προθεσμίας. Εάν δεν υποβάλλετε στον εαυτό σας αυτό το ενδεχόμενο, τουλάχιστον ρωτήστε τον συντάκτη αμέσως μόλις σας απαντήσει στο τηλέφωνο.

Ο καλύτερος τρόπος να αρχίσετε συζήτηση τηλεφωνικά με ένα συντάκτη, είναι να του πείτε: «Γεια σας, είμαι (δίνετε το όνομά σας) από το Φορέα/Οργανισμό Χ. Μπορώ να σας απασχολήσω για δυο λεπτά ή είστε ήδη στα όρια κάποιας προθεσμίας?» Εάν απαντήσουν ότι έχουν ένα λεπτό, τότε «μπείτε απευθείας στο θέμα». Εάν, ωστόσο ισχυριστούν ότι είναι απασχολημένοι ή σε προθεσμία, ρωτήστε τους ποτέ να τους τηλεφωνήσετε ξανά και κλείστε το τηλέφωνο ευγενικά και γρήγορα.

Γενικά, είναι καλύτερα να τηλεφωνείτε σε συντάκτες πριν το μεσημέρι ή γύρω στις 1.00 μ.μ.

Αποφύγετε, εάν είναι απολύτως δυνατό, να επικοινωνήσετε με συντάκτες στις 5.00 ή στις 6.00 το απόγευμα, εκτός και αν ανταποκρίνεστε σε επείγουσα κλήση τους ή έχετε την απάντηση σε ερώτηση που σας υπέβαλλαν και άπτεται του θέματος της συγκεκριμένης ημέρας.

Γίνετε μια καλή πηγή πληροφοριών

Δεν μπορεί να επιτύχει μια σχέση με τα Μ.Μ.Ε αν δεν υπάρξει δυνατότητα πρό-

σβασης. Ένας σίγουρος τρόπος πρόσβασης στα Μ.Μ.Ε – και της άσκησης ελέγχου του τρόπου με τον οποίο το θέμα σας θα αποδοθεί – είναι να αγοράσετε διαφημιστικό χώρο.

Ωστόσο, οι περισσότερες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) δεν έχουν πρόσβαση στα τεράστια ποσά χρημάτων που απαιτούνται στη διαφήμιση, πρέπει επομένως να στηριχθούν σε αυτά που γενικά ονομάζουμε ‘ δωρεάν διάθεσης Μέσα», ώστε να δημοσιοποιήσουν το θέμα τους στο ευρύτερο κοινό. Ενώ λειτουργεί υπέρ της παραχώρησης ελέγχου στο πώς το θέμα θα πλαισιωθεί και θα προβληθεί, την ίδια στιγμή τα Μέσα παρέχουν ενημέρωση, κερδίζοντας αυτά σε προστιθέμενη αξιοπιστία για την αντικειμενικότητα τους στην παροχή ειδήσεων.

Οι ειδήσεις που διανέμονται από Μέσα του Τρίτου Τομέα είναι με μεγάλη διαφορά πιο αξιόπιστες και αποτελεσματικές απ’ότι αν διανέμονταν μέσω πληρωμένης διαφήμισης, η οποία αντιμετωπίζεται ως ένα είδος συνέργειας από τους καταναλωτές των Μέσων. Δεν μπορείτε να βάλετε στην ίδια μοίρα την αντικειμενική πληροφόρηση με την πληρωμένη ραδιοφωνική ή τηλεοπτική διαφήμιση, ακόμα και την έντυπη. Το κοινό αναγνωρίζει την διαφορά.

Επομένως πως φτιάχνετε τις ειδήσεις? Εάν, λόγου χάρη μπαίνατε με φόρα μέσα στην αίθουσα σύνταξης κραδαίνοντας ένα αντίτυπο μιας παλιάς έρευνας για τις συνέπειες της αλόγιστης οινοποσίας και μάλιστα απαιτώντας να καλυφθούν δημοσιογραφικά οι βλαβερές συνέπειες του αλκοολισμού, το πιθανότερο να γελούσαν μαζί σας. Ενώ αποτελεί αδήριτη πραγματικότητα ότι η κατάχρηση αλκοόλ είναι επικίνδυνη, ως εκτενές δημοσιογραφικό άρθρο σε συνδυασμό με παλιότερη χρονικά έρευνα δεν αποτελεί πια « είδηση».

Η προσβασιμότητα στα ΜΜΕ περιορίζεται σε εκείνες τις ιστορίες τις οποίες οι εκδότες θεωρούν ως σημαντικές, ενδιαφέρουσες και νέες. Επομένως τα ΜΜΕ τάσσονται υπέρ της συνεχούς διερεύνησης νέων τρόπων που να κάνουν την ιστορία κάποιου ή κάποιας να δείχνει ενδιαφέρουσα και νέα. Όταν έχετε μια ιστορία η οποία θεωρείτε ότι θα ενδιαφέρει δημοσιογραφικά, να είστε έτοιμοι να δώσετε στον δημοσιογράφο τρεις πληροφορίες “

1) σε τι αφορά η ιστορία

2) γιατί την θεωρείτε σημαντική, και

3) πως μπορεί να εξακριβωθεί

αντικειμενικά

(με άλλα λόγια, μην αφήσετε τα ΜΜΕ να περιοριστούν αποκλειστικά στο τι τους λένε εσείς και μόνο). Εξάλλου, μάθετε να αντιμετωπίζετε με σεβασμό τον επαγγελ-

ματισμό των δημοσιογράφων. Το γεγονός ότι εμφανίζονται φιλικό ή συμπαθητικό, δεν τους καθιστά και συμμάχους σας. Η δική τους υποχρέωση είναι η αντικειμενικότητα και η δικαιοσύνη.

Ενώ είναι λοιπόν καλή ιδέα να παρουσιάσετε με δυναμισμό την περίπτωση σας στον Τύπο, βεβαιωθείτε ότι αντιμετωπίζετε με σεβασμό τα όρια της επιστημονικής εγκυρότητας. Μερικοί δημοσιογράφοι παρπονιούνται ότι οι συνήγοροι της δημόσιας πολιτικής καμιά φορά υπερβάλλουν ή αρνούνται να αναγνωρίσουν ως θεμιτά τα ζητήματα που αναδεικνύουν άλλοι. Έχει πολύ μεγαλύτερη αξία να σας αναγνωρίζουν ως αξιόπιστη πηγή από το να θεωρείστε μαχητικός υπερασπιστής της προσωπικής σας άποψης και μόνο.

Εάν εσείς ή ο οργανισμός σας αποτελείτε όχι η σωστή πηγή πληροφοριών για μια σειρά ερωτήσεων που θα υπέβαλλε ο δημοσιογράφος, να τον ή την κατευθύνετε σε μια πιο κατάλληλη πηγή πληροφοριών. Θα έχετε σώσει τον πολύτιμο χρόνο του δημοσιογράφου και αυτός / αυτή από την πλευρά του δεν θα ξεχάσει την βοήθεια και την εντιμότητά σας. Γενικά, οι συντάκτες ψάχνουν για ιστορίες που να ικανοποιούν τα παρακάτω κριτήρια – όσα περισσότερα, τόσο καλύτερα:

- **Επίκαιρου ενδιαφέροντος:** βεβαιωθείτε ότι η πληροφορία σας αναφέρεται σε θέματα της τρέχουσας επικαιρότητας.
- **Τοπικού ενδιαφέροντος:** Βεβαιωθείτε ότι η ιστορία που διηγείστε, έχει σημασία για την εφημερίδα, το τηλεοπτικό και το ραδιοφωνικό κοινό. Τοπικοποιείστε την ιστορία σας για να αυξήσετε τη σημασία και την σημαντικότητα της για το ακροατήριο.
- **Ανθρωπιστικό ενδιαφέρον:** Διερευνήστε το εγγενές συγκινησιακό στοιχείο της ιστορίας σας ή την πανανθρώπινη αλήθεια που αυτή μεταφέρει ώστε να ερεθίσετε το ακροατήριο σας.
- **Σύγκρουση:** Οι συντάκτες είναι πρόθυμοι να καλύψουν οτιδήποτε υποκρύπτει το στοιχείο της σύγκρουσης, οπουδήποτε δηλαδή υπάρχουν αντιτιθέμενες δυνάμεις που βάλονται η μια της άλλης.
- **Διασημότητα:** Καλώς ή κακώς, το κοινό δείχνει ιδιαίτερη αδυναμία σε ανθρώπους ή πράγματα που είναι διάσημα. Ποτέ να μην υποτιμάτε την ακαταμάχητη δύναμη των ασημοτήτων
- **Μοναδικότητα:** Δώστε έμφαση σε εκείνα τα στοιχεία της ιστορίας σας που να την καθιστούν ασυνήθιστη ή έξω από τα καθιερωμένα
- **Αξιοπιστία:** Οι συντάκτες ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την αξιοπιστία των πηγών

που εμπιστεύονται την ιστορία τους. Βεβαιωθείτε ότι η πληροφορία σας είναι απολύτως ακριβής και ότι ανεξάρτητες πηγές θα επιβεβαιώσουν λεπτομέρειες που χρηζουν διερεύνησης.

Εάν κατανοήσετε ότι τα ΜΜΕ ψάχνουν ακριβώς για ιστορίες που να ικανοποιούν τα παραπάνω κριτήρια, θα είναι ευκολότερο για σας να μορφοποιήσετε την πληροφορία σας ώστε και ο Τύπος να σας προσφέρει την υποστήριξη του, ενώ από την άλλη εσείς θα έχετε πετύχει να αναβαθμίσετε τους τρόπους προβολής των στόχων σας με τη υποστήριξη των ΜΜΕ.

Ρεαλιστικές (hard) ειδήσεις κατά κοινωνικών (soft) ειδήσεων.

Οι ειδήσεις μπορούν να διακριθούν σε δυο τύπους: τις ρεαλιστικές ειδήσεις και τις κοινωνικές ειδήσεις.

Ρεαλιστικές ειδήσεις θεωρούνται όλες οι πληροφορίες που γενικά ανήκουν στις παραδοσιακού ενδιαφέροντος ειδήσεις. Αυτές μπορεί να είναι πραγματικά περιστατικά, αμφιλεγόμενες εκθέσεις ή αποτελέσματα δημοσιογραφικής έρευνας. Ένα παράδειγμα Ρεαλιστικών ειδήσεων :

Το Κοινοβούλιο ετοιμάζεται να ψηφίσει έναν καινούργιο νομό για την απαγόρευση ενός χημικού παρασκευάσματος που μολύνει τα τοπικά ποτάμια – *Ο οργανισμός σας γράφει ένα άρθρο για τις επιπτώσεις του συγκεκριμένου χημικού στην υγεία.*

Κοινωνικές ειδήσεις: θέματα που αφορούν σε τρόπο ζωής (lifestyle), κινηματογράφος, ιστορίες με ανθρωπιστικό ενδιαφέρον μπορεί να παρουσιάζουν έμμεση επίδραση στις συζητήσεις δημοσίου ενδιαφέροντος από ότι οι ρεαλιστικές ειδήσεις ωστόσο μπορούν εν τούτοις να επηρεάσουν την κοινή γνώμη σε θέματα διαμόρφωσης ή αλλαγής στάσης. Μια κοινωνική είδηση είναι ένας λεπτότερος τρόπος ενημέρωσης όμως συχνά μπορεί να αποβεί αποτελεσματικό όχημα επικοινωνιακής στρατηγικής για την προώθηση ενός μηνύματος.

Ο χαρακτήρας και ο ρόλος ενός κοινωνικού λειτουργού σ ένα τοπικό ορφανοτροφείο, λόγου χάρη, μπορεί να προσελκύσει τον ενδιαφέρον του κοινού για την ελλιπή χρηματοδότηση της κυβέρνησης σε προγράμματα σαν αυτό του ορφανοτροφείου. Μια ιστορία ανθρωπιστικού ενδιαφέροντος για τους σταθμούς ιατρικής ετοιμότητας και παροχής πρώτων βοθησιών στον αυξανόμενο αριθμό θυμάτων από τροχαία ατυχήματα λόγω κατανάλωσης αλκοόλ, μπορεί να αποτελέσει μια καλή αφορμή προβληματισμού της κοινής γνώμης στο σχετικό ζήτημα.

‘η Ευρωπη Είναι Εδω’ Συζήτηση Στην Πολωνική Τηλεοραση

Από την Beate Schmidt – Behlau, dvv international, Βόννη

Από τις 17–20 Μαΐου 2007, 24 εταίροι του δικτύου NILE συναντήθηκαν στο Sorot, παραθαλάσσιο θέρετρο του Γκντανσκ στην Πολωνία, για να συζητήσουν θέματα γύρω από το ρόλο και την ευθύνη των ΜΜΕ στην ενίσχυση του διαπολιτισμικού διαλόγου. Η συνεργασία μεταξύ του χώρου της εκπαίδευσης ενηλίκων και των ΜΜΕ, η οποία αποτέλεσε και τον θεματικό πυρήνα των εργασιών μιας από τις τέσσερις ομάδες εργασίας του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την Διαπολιτισμική Μάθηση στην Εκπαίδευση Ενηλίκων (NILE), σε συνδυασμό με τη δυνατότητα να συζητήσουμε σε μια τηλεοπτική συζήτηση που θα πραγματοποιείτο στα πλαίσια του προγράμματος ‘Η ΕΥΡΩΠΗ ΕΙΝΑΙ ΕΔΩ’ φάνηκε ως μια εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ευκαιρία να λειτουργήσει και ως καλή πρακτική και παράδειγμα εφαρμογής αυτής της αρχής.

Οι μειονότητες καθαυτές είναι αρκετά πολλές στη βόρεια Πολωνία, με κυριότερες τρεις τους Μουσουλμάνους (λιγότεροι από 150) τους Ιουδαίους (λιγότεροι από 150) και τους Κασουμπιανούς, μια εθνική πολωνική μειονότητα, που μετρά πολλές εκατοντάδες σε ένα σύνολο πληθυσμού γύρω στις 40.000 (Σοποτ) και 500.000 (Γκντανσκ). Οι Κασουμπιανούς είναι μια αληθινή εθνική μειονότητα ευδιάκριτη από τους Πολωνούς τόσο στη γλώσσα όσο και στον πολιτισμό. Αυτόχθονες δυτικοί Σλάβοι με εθνοτικούς δεσμούς με τους Πολωνούς, οι Κασουμπιανούς θεωρούνταν ότι εγκαταστάθηκαν στην περιοχή πριν περίπου 1.500 χρόνια. Εν τούτοις, εμπνευσμένοι από το NILE, οι Πολωνοί συνεργάτες από τον Σύνδεσμο Πολιτικών Μ.Μ.Ε (A4CM), οι οποίοι ασχολούνται με την παραγωγή ταινιών γύρω από θέματα μειονοτήτων, πραγματικά ανέδειξαν τον διαπολιτισμικό διάλογο ως ζήτημα με το να διεξαχθεί η συνάντηση του NILE στο Σόποτ, εκμεταλλευόμενοι τη γνώση και εμπειρία του εταιρικού σχήματος στα διαπολιτισμικά θέματα, ώστε να προωθήσουν τα θέματα του διαπολιτισμικού διαλόγου στην Πολωνία.

Τηλεοπτική συζήτηση και Ευρωπαϊκό Συνέδριο

Στις 4 πρώτες «καυτές» θέσεις η Beate Schmidt – Behlau, συντονίστρια του NILE,

ο Bushy Quraishy, διευθυντής των Μίντια Γουοτς, ο Waldemar Janda από την Πολωνική τηλεόραση και ο Arthur Jablonski από την Ένωση Πομαριανών – Κασουμπιανών απάντησαν σε ερωτήσεις γύρω από το: γιατί χρειάζεται ο διαπολιτισμικός διάλογος στην Ευρώπη, πως μπορεί να πραγματοποιηθεί σε πρακτικό επίπεδο στα πλαίσια της Εκπαίδευσης Ενηλίκων, πως η παρούσα κατάσταση στην Πολωνία κρίνεται ότι είναι και ποιος θα έπρεπε να είναι ο συγκεκριμένος ρόλος των ΜΜΕ.

Άλλοι εταίροι του NILE για παράδειγμα ο Lenford White από το NIACE, Claire Frachon από το Ινστιτούτο Πανός στο Παρίσι (Panos Institute Paris), η Milica Pesic από το Ινστιτούτο Πολυπολιτισμικών ΜΜΕ στο Η.Β (Media Diversity Institute in the U.K) καθώς και η Maria Hirtenlehner και η Susanne Gratzl από το IZKS στην Αυστρία θα μπορούσαν να δώσουν πολλά παραδείγματα για το πως ο διαπολιτισμικός διάλογος πραγματοποιείται στην πράξη με διαφορετικές ομάδες στόχου καθώς και για το σημαντικό ρόλο που παίζουν οι δημοσιογράφοι.

Επιπρόσθετα, οι κ.κ Jean – Marie Bellin, (TV France), David Lowen, (EURONEWS), Anita Bhalla από το BBC με τις ιδιαίτερα εντυπωσιακές προβολικές οπτικές παρουσιάσεις συνέβαλλαν στην ανάφλεξη του προβληματισμού για δημόσια συζήτηση, καθώς σημαντική αναδείχθηκε και η συεισφορά των μελών της μουσουλμανικής και ιουδαϊκής κοινότητας αλλά και των καθηγητών Synak και Stegner από το πανεπιστήμιο του Γκντανσκ που συμμετείχαν ενεργά στη συζήτηση. Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η συζήτηση ανέδειξε την ποιότητα των πρωταγωνιστών και όσων εμπλέκονται σε θέματα που άπτονται του διαπολιτισμικού διαλόγου τόσο στην Πολωνία όσο και στην Ευρώπη ολόκληρη.

Τη συζήτηση που είχε διάρκεια 5 ώρες – συμπεριλαμβανομένης κάποιας προετοιμασίας – ακολούθησε ένας αριθμός παρουσιάσεων, τις οποίες πραγματοποίησαν οι συνεργάτες του δικτύου NILE σε μια ανοικτή εκδήλωση με αποδέκτες εκπαιδευτές ενηλίκων στο Δημαρχείο του Σόποτ. Σε αυτές συμπεριλαμβανόταν και μια παρουσίαση από τη Milica Resic σχετικά με

τη δουλειά που γίνεται από το Ινστιτούτο Πολυπολιτισμικών ΜΜΕ (Media Diversity Institute), που βρίσκεται στο Λονδίνο, την παρουσίαση μιας καλής πρακτικής από το ARAD της Ρουμανίας και από τον Καθηγητή Dr. Dorin Herlo του Πανεπιστημίου του ARAD, και η προβολή μιας ταινίας μικρού μήκους σχετικά με το πρόγραμμα TANDEM που υλοποιείται στη Βιέννη και που αναλύθηκε διεξοδικά από τις Maria Hirtelhener και Susanne Gratzl του Αυστριακού φορέα IZKS.

Το πρωί της δεύτερης μέρας του συνεδρίου οι συνεργάτες του NILE είχαν την ευκαιρία αλληλεπίδρασης με φοιτητές δημοσιογραφίας και κοινωνικής εργασίας στα πλαίσια ανάπτυξης δυο εργαστηρίων που στόχο είχαν το χτίσιμο ικανοτήτων. Ο Lenford White από το NIACE παρουσίασε μια νέα έκδοση με τίτλο ‘Αναλυτικό Πρόγραμμα για τη Διαφορετικότητα’ στα πλαίσια ανάπτυξης εκπαιδευτικών δράσεων Κοινωνικής Μάθησης στη Μεγάλη Βρετανία ενώ η Milica Pesic και ο Bushy Quraishy οργάνωσαν ένα εργαστήριο για το πως πρέπει να δουλεύει ένας δημοσιογράφος, δίνοντας πολλά πρακτικά παραδείγματα από την εμπειρία τους.

Συμπεράσματα

Το συνέδριο και η Τηλεοπτική συζήτηση ανέδειξαν ξεκάθαρα το γεγονός ότι οι ευρωπαϊκές χώρες βρίσκονται σε πολύ διαφορετικά στάδια προβληματισμού και δημόσιας συζήτησης σε θέματα διαπολιτισμικού διαλόγου, πολυπολιτισμικότητας και αντι-ρατσισμού. Ένα δίκτυο, όπως το NILE, επομένως είναι μια σπουδαία ευκαιρία για να μάθουμε ο ένας από τον άλλο. Γι’ αυτό το λόγο το NILE προβλέπει επίσης ότι οι ταινίες μικρού μήκους που παρήγαγε θα αποτελέσουν ένα μέσο διερεύνησης μιας περαιτέρω δυνατότητας μεταβίβασης της εμπειρίας, απ’ ότι θα συμβάλλουν σε αυτό τα φυλλάδια και οι διάφορες παρουσιάσεις. Σε αυτό το συνέδριο το NILE παρουσίασε το πρώτο του DVD-ROM που αφορούσε στην οπτικοποίηση του προγράμματος TANDEM – στο οποίο περιγράφεται ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης διαπολιτισμικού διαλόγου μεταξύ Αστυνομίας και Μεταναστών στην Αυστρία.