

Cambio di prospettive

I media ci accompagnano nella vita di ogni giorno: ci portano le notizie, commentano l'attualità politica, economica e sociale; ci intrattengono con musica, radiodrammi, serie televisive, film e talk-show. Oggigiorno una vita senza media è praticamente inconcepibile. Il racconto di *Plinio Martini*, descrivendo il ritorno in patria di un immigrato ticinese d'America negli anni trenta, mostra come la semplice introduzione della radio abbia cambiato totalmente la vita quotidiana: il parroco del villaggio si lamenta dell'effetto dannoso della musica moderna sulla morale delle giovani donne. Anche gli altri due contributi letterari dicono l'influsso determinante dei media. *Eliza Dutoit* mostra gli ostacoli che attendono un nuovo arrivato, dall'ordinanza sugli emolumenti all'approccio differenziato dell'informazione. *Kerim Pamuk* racconta di un figlio di immigrati turchi in Germania il quale, con sgomento della madre che sognava per lui tutt'altra carriera, decide di aprire un chiosco di giornalaio, diventando così il fulcro del suo piccolo universo – con conseguenze, lo si vedrà, del tutto inattese!

L'informazione nei media all'immagine del discorso pubblico

Tutti conosciamo i titoli utilizzati per dare spicco ai fatti di cronaca e ai delitti che implicano persone straniere. L'inchiesta di *Heinz Bonfadelli* analizza il contesto dei comunicati che presentano, in luce spesso assai sfavorevole, le persone migranti. Egli dimostra che gli stereotipi corrispondono all'immagine che la nostra società si è fatta della popolazione straniera. *Elsbeth Steiner* analizza in maniera specifica le notizie in ambito criminale. Oltre a formulazioni peggiorative (sono citati gli esempi seguenti tratti dalla stampa germanofona: «Amok-Ali», «Balkanjugendliche») si trovano anche neologismi creati ad hoc (ad esempio «Svizzeri autoctoni»). *Olivier Guénat* si china parimenti sull'informazione concernente i comportamenti violenti. Egli è del parere che in tale contesto occorra una parti-

colare accuratezza onde evitare comportamenti tendenziosi. È quanto asserito anche da *Esoh Elamé*, che intesse il suo discorso a partire dalla nozione di «Vu cumprà», utilizzata in determinati giornali italiani per designare i commercianti ambulanti extra-comunitari. L'autore definisce questo modo di esprimersi discriminante.

Non si può tuttavia affermare che i media veicolino in generale una visione non differenziata della popolazione straniera. Regolarmente sono riportati anche casi di integrazione riuscita – anche se non sempre in pagine di spicco. Anche in emissioni di intrattenimento, come la serie di film gialli «Tatort», il fenomeno della migrazione non viene trattato in maniera unilaterale. È quanto emerge dallo studio di *Christina Ortner*, la quale giunge alla conclusione che anche qualora la popolazione straniera viene presentata in una luce positiva, vi è però una tendenza agli stereotipi.

Il potere dei media – il potere della rappresentazione

Qual è l'impatto sul pubblico della rappresentazione sopra descritta della popolazione migrante? *Fiona Häusler* e *Joachim Trebbe* mostrano come in fin dei conti si possa dire poco o nulla sull'impatto dei media. Nella valutazione delle informazioni, i lettori, ascoltatori e telespettatori si lasciano guidare maggiormente dall'ambiente loro circostante e dalle loro convinzioni politiche che non dal modo in cui i media informano su determinati contenuti. Ma allora si esagera il ruolo dei media? No, afferma *Linars Udris*, dopo aver svolto ricerche sull'importanza dei media in relazione con l'estremismo di destra. I media influiscono indiscutibilmente sul discorso pubblico, segnatamente quando intervengono su una certa durata e in margine a eventi di spicco. Tale convinzione è parimenti alla base del pro-

getto «Medienhilfe» che – come descritto da *Nena Skopljanac* – s'impegna a portare una voce alternativa, nelle regioni dell'ex Jugoslavia colpite dalla guerra, rispetto all'approccio tendenzioso dei media di stampo nazionalista. Il progetto offre anche un appoggio alla formazione dei giornalisti. Le illustrazioni del presente numero offrono materiale utile per quanto concerne il potere della rappresentazione. Trattasi di una selezione di manifesti in margine a votazioni popolari su temi legati agli stranieri (i manifesti appartengono al «Museum für die Gestaltung» di Zurigo).

L'esigenza di una presentazione differenziata della popolazione migrante nei media si fonda non da ultimo sul fatto che gli immigrati sono quanto gli autoctoni utenti dei media svizzeri. Essi pagano il canone come gli Svizzeri. Le ricerche di *Susanne Stern* e *Anna Vettori*, nonché di *Priska Bucher* e *Thomas Hermann* relative all'utilizzo dei media illustrano come gli stranieri, nella scelta delle emittenti radiofoniche o televisive nonché dei giornali e delle riviste, sono ben lungi dal ritirarsi in una specie di «ghetto mediatico» come spesso si pretende. Gli immigrati operano in questo contesto scelte molto consapevoli in funzione delle loro esigenze e si informano sia sulle emittenti del loro Paese d'origine che tramite i media svizzeri. Tale è anche l'esperienza di *Reto Friedmann*, il quale ha svolto un'inchiesta in tal senso presso le radio comunitarie non commerciali.

Rendere giustizia ai temi specificamente legati alla migrazione

Gran parte delle persone attive in seno ai media dimostrano peraltro un autentico interesse per quella parte della popolazione che sinora è stata trattata un po' come un parente povero. Non da ultimo, editori, società televisive e emittenti radiofoniche riconoscono nelle persone migranti anche una nuova fetta di clientela. In quest'ottica non solo conviene trattare con accuratezza il tema della migrazione, ma anche prendere i migranti sul serio in quanto clientela, orientandosi anche in funzione delle loro esigenze.

La «Westdeutsche Rundfunk WDR» ha addirittura aperto una nuova emittente, «Funkhaus Europa», che propone trasmissioni in tedesco e in diverse altre lingue. L'incaricato per l'integrazione della WDR, *Gualtiero Zambonini*, ha inoltre dato il via a un programma di promozione per giovani operatori dei media con un passato migratorio. Anche il quotidiano italiano «La Repubblica» riconosce nella popolazione straniera un nuovo segmento della sua clientela. Esso dedica ogni settimana un'edizione speciale che esce con l'edizione della domenica, rivolta agli immigrati in Italia. *Beat Allenbach* dedica un reportage a questo prodotto che merita di essere emulato. La rivista «L'Hebdo» ha adottato un modo di procedere del tutto origi-

Simone Prodolliet è etnologa e dirige la segreteria della Commissione federale degli stranieri CFS.

nale nel contesto dei disordini nelle periferie francesi. Installando a Bondy, in periferia di Parigi, uno studio della propria redazione, ha dato la parola alla popolazione locale perché esprimesse le proprie vedute in merito agli eventi. Completata da un blog che invitava vaste cerchie della popolazione a esprimersi sul tema, l'iniziativa è andata sviluppandosi in una vera e propria success-story mediatica con anche una solida continuità. *Mohamed Hamidi* illustra in immagini la storia del blog di Bondy.

Sfruttare il potenziale integrativo dei media – creare nuovi accessi

I media sono parte integrante nonché espressione della nostra società. Come altri settori, essi obbediscono a regole proprie e devono lottare per sopravvivere e per avere successo. Il fatto che in seno a diverse redazioni e tra diversi attori nel mondo dei media si sia riconosciuta l'importanza irrinunciabile di tematizzare la migrazione in maniera differenziata e approfondita, è del tutto positivo. Agli esempi riusciti presentati in questo opuscolo potrebbero aggiungersene altri. In tal senso, *Heinz Däpp* fornisce utili indicazioni per aiutare anche le persone poco pratiche di giornalismo a imporsi e far parlare di loro e delle loro attività.

L'integrazione nel contesto dei media comporta tutta una serie di possibilità. Si pensi alle iniziative entro il cosiddetto «mainstreaming». La giornalista *Peri Even* ritiene ad esempio che assumendo un numero maggiore di giornalisti con un passato migratorio, le redazioni e i media beneficerebbero di nuova prospettiva. Anche *Florence Passy* è d'avviso che una nuova concezione della partecipazione influirebbe in maniera generale sull'attività dei media e sull'accesso della popolazione migrante alla realtà veicolata dai media. Il progetto descritto da *Villő Huszai*, ovvero un giornale di lingua ungherese per i 20000 rifugiati ungheresi degli ultimi cinquant'anni, dimostra che gli immigrati vengono più o meno intesi come parte della popolazione anche a seconda del clima politico.

Rispondere alle esigenze specifiche di una società pluralista e accettare un cambio di prospettive – questa può essere la conclusione che emerge dai contributi del presente opuscolo. Occorrono pertanto molteplici offerte, quali ad esempio piattaforme d'informazione della stampa per migranti nella lingua del Paese d'origine, come descritto da *Stela Malaj-Haxhi* per le persone di lingua albanese; trasmissioni speciali sul tema dell'integrazione, come «Il Ponte» della televisione privata TeleTicino; trasmissioni radiofoniche con emittenti speciali, come illustrato da *Natalie Berger* per Radio X; insomma, come emerge dagli esempi presentati, un miscuglio appassionante di tradizione e novità. Il progetto pilota «kontakt-net.ch» intende incoraggiare i Comuni a coinvolgere le organizzazioni di migranti nella realizzazione dei loro siti web. *Luzia Kurmann* offre uno scorcio dei lavori in corso.

terra cognita vi augura buona lettura e auspica che l'uno o l'altro dei contributi qui proposti apra nuove prospettive.