

Ключ до розуміння розмаїття

**ПРОЕКТ
СХІДНО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО ІНСТИТУТУ РОЗВИТКУ
«ДІАЛОГ ЗІ ЗМІ – КЛЮЧ ДО ДІАЛОГУ РІЗНИХ КУЛЬТУР:
ПІДТРИМКА РОЗМАЇТТЯ І ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕДІА»**

**за підтримки програми МАТРА-КАП Посольства
Королівства Нідерландів**



Київ 2008

Цей звіт є результатом проекту „Діалог зі ЗМІ – ключ до діалогу різних культур – підтримка розмаїття і відповідальності в медіа” і здійснюється за підтримки програми «МАТРА-КАП» Посольства Королівства Нідерландів в Україні. Висловлені у ньому думки належать авторові (авторам) і не обов’язково відображають погляди програми «МАТРА-КАП» або Посольства Королівства Нідерландів в Україні. Крім того, згадки про торговельні марки чи комерційні товари і послуги не означають їх схвалення чи рекомендації до вжитку.

Керівник проекту

Мрідула Гош

Консультанти-дослідники

Ірина Жданова, Богдана Костюк, Мрідула Гош, Елена Волочай, Людмила Мільнер, В’ячеслав Коломієць, Аліса Красільчук

Переклад

Юлія Павлюк, Олена Донська

Редакційна рада

Людмила Гуменюк (головний редактор) “Центр медіа-реформ”, Мрідула Гош, Максим Буткевич, проект «Без кордонів», Яна Тяпкіна, експерт Міжнародної організації з міграції в Україні, Богдана Костюк, Володимир Притула, Євген Мінько, Юрій Рибачук, Діана Дуцик, Максим Єлігулашвілі, Молодіжний центр регіонального розвитку, м. Херсон.

Подяка

Східно-Європейський Інститут Розвитку висловлює щирі подяку програмі МАТРА-КАП Посольства Королівства Нідерландів в Україні за фінансову підтримку даного проекту. СЄІР також безмежно вдячний наступним організаціям, партнерам і людям, які були залучені і надали корисні поради під час виконання проекту.

Всі права застережені.

© Східно-Європейський Інститут Розвитку, 2008

Відтворення, зберігання у пошукових системах або поширення будь-якої частини цієї публікації у будь-якій формі та будь-яким способом – електронним, механічним, копіювальним, за допомогою записування та інших способів – можливо тільки за попереднім письмовим дозволом Східно-Європейського Інституту Розвитку. Географічні назви, використані в цій публікації не є вираженням думок або позиції з боку Східно-Європейського Інституту Розвитку, або Посольства Королівства Нідерландів в Україні стосовно правового статусу будь-якої країни, території або місцевості, або влади цих територій, або делімітації кордонів цих територій.

Детальніше про СЄІР у сайті www.eedi.org.ua

Прошу відправити Ваші відгуки, зауваження та пропозиції за адресою: info@eedi.org.ua

© Східно-Європейський Інститут Розвитку, 2008

Зміст

Передмова

Цитати в 3-х боксах – сторінка на зворотній стороні Передмови

Вступ

Частина 1

Розділ 1

Збалансоване висвітлення

Розділ 2

Перевірка фактів

Розділ 3

Кого ми бачимо?

Розділ 4

Хто обирає сюжети?

Розділ 5

Йдемо далі

Розділ 6

Кажіть так, як воно є

Розділ 7

Контрольний список до пізнання розмаїття

Частина 2

Розділ 8

В відділі новин (в ньюзрумі)

Розділ 9

За робочим столом

Розділ 10

Оцінка досягнень

Розділ 11

Як керувати «розмаїттям»?

Розділ 12

Додатки

Ключ до розуміння розмаїття - посібник

(адаптована версія "Diversity Tool Kit", опублікованої Агентством Європейського Союзу з фундаментальних прав людини – European Union Agency for Fundamental Rights (FRA))

Завдання кожного журналіста полягає в пошуках правди. Для того, щоб зрозуміти інформаційний потік в культурно різноманітній Європі (де живуть різні народи і меншини), яка стоїть на порозі змін, надзвичайно важливо знати підгрунтя, факти і враження, які насичують її культурний простір, інакше неможливо правильно оцінити ситуацію. В багатонаціональному суспільстві правда яскраво виражена в культурних витоках її представника. Журналісти і редактори, які односторонньо оцінюють ситуацію у сфері культури, є, зазвичай, упередженими. В таких випадках зростаюча кількість глядачів і слухачів не повірять побаченому і почутому, і це змусить їх звернутися до інших джерел інформації. Щоб забезпечити незалежність ЗМІ, надзвичайно важливо створити так звані видавничі команди, які обробляли б і подавали б інформацію, враховуючи різні точки зору, зокрема, стосовно питань етнічних і культурних меншин.

Посібник „Ключ до розуміння розмаїття” допоможе фахівцям у сфері ЗМІ усвідомити свої можливі упередження і сприятиме започаткуванню дискусії про достовірність інформації, на яку вони покладаються, а також про те, як впливають на суспільство образи, створювані ЗМІ.

Розмаїття – це те, що знаходиться між почутим і ще не почутим. Розмаїття означає усвідомлене сприйняття різних точок зору з урахуванням культурних витоків кожного індивіда. Це постійний процес, який розвиває творчий потенціал кожного журналіста чи автора програм. Звичайно, це ускладнює пошуки правди. Але це також веде до повної віддачі професійній діяльності, а отже, – і до появи нових перспектив. Але чиста правда, така, якою вона є, навіряд чи колись буде виявлена.

- Франс Дженекенс, голова Відділу Євробачення з міжкультурних питань і розмаїття

„Такі події, як порушення порядку на околицях французьких міст, карикатурний скандал у Данії та терористичні акти у кількох європейських країнах – це чіткі попереджувальні знаки, які вказують на те, що інтеграція, рівні права та мирний діалог культур не відбуваються самовільно. Ми всі повинні активно підтримувати такий діалог та взаємне сприйняття. ЗМІ і, зокрема, корпораціям громадського мовлення, насправді належить зробити великий внесок”.

- Фріц Плейтген, генеральний директор WDR та президент EBU (листопад 2006)

„Ми побачили, наскільки життєво важливою є освіченість в культурній сфері. Це не має відношення до питання бути розумним чи ні. Вам потрібно знати лише про різні типи спілкування й різноманітні культури і вміти їх поєднувати”.

- Менеджер Проекту з тренування медіа з Хельсінкі.

„Агенції новин повинні відображати інтереси спільноти, яку вони обслуговують, і це єдиний шлях до встановлення довіри.....кадрове розмаїття є привабливим для комерційного інтересу”.

- Сер Тремор МакДональд, один з перших чорношкірих журналістів, ведучий програми вечірніх новин на британському телебаченні.

„Ми ніколи не повинні удавати ніби повністю розуміємо те, про що сповіщаємо іншим”.

- Едвард Т. Холл, дослідник в культурному полі науки

Вступ

Чому потрібен цей посібник „Ключ до розуміння розмаїття?”

Наша місія – тих, хто працює у сфері передачі новин та інформації, полягає у підтримці різноманітних культур, представлених інтересу народу і у виразному відображенні культурного, расового та мовного розмаїття суспільства і людських ресурсів. Втім, досвід показує, що телебачення може посилити стереотипи і непорозуміння довкола питання меншин. Як авторам програм, журналістам нам слід розширити коло осіб, які розуміються на наслідках несвідомого світобачення і нестачі різнобічної інформації про всі сектори суспільства. Сподіваємося, що конкретні приклади обробки і подачі інформації в новинах, викладені в цьому посібнику, допоможуть журналістам опанувати техніку підготовки новин та їх повідомлення, а також зрозуміти вплив даного процесу на глядачів.

Багато європейських медіа упродовж останніх 20 років виступили за запровадження політики багатоманіття та створення у себе відділів міжкультурного розмаїття. Можна знайти безліч публікацій та Інтернет сайтів, створених фахівцями і для фахівців, авторів програм, менеджерів та журналістів, які роблять кроки до більш справедливого відображення меншин у новинах та сучасних програмах. Останнім часом в Україні також загострюється дискусія навколо того, як саме запобігати „мові ворожнечі”. Втім, складність полягає у реалізації всіх цих намірів. Маємо надію, даний посібник прислужиться цій меті.

Як виникла ідея створення посібника?

Необхідність створення такого посібника в Україні виникла після отримання результатів моніторингу медіа проектом Східно-Європейського Інституту Розвитку (далі – ССІР) протягом 2007-2008 років. Для прикладу було взято розробку Групи міжкультурного розмаїття Європейського союзу мовлення (European Broadcasting Union – EBU). Слід зазначити, впродовж 10 років значна кількість європейських фахівців у сфері теле- та радіомовлення, які працювали разом з і для культурних та етнічних меншин, проводили регулярні зустрічі під егідою Групи міжкультурного розмаїття Європейського трансляційного союзу, щоб обмінюватись досвідом та спільно готувати програми. Коли в 2006 р. була створена корпорація Media Mainstreaming Platform, щоб впроваджувати добрі традиції EQUAL, можливість поділитись досвідом Групи міжкультурного розмаїття з більш широкою групою медійних професіоналів стала реальністю, і впродовж 4-х семінарів, проведених Шведською групою ESF Council за підтримки Європейського соціального фонду та EBU, було створено посібник „Ключ до розуміння розмаїття”. В цьому посібнику наведено кілька яскравих прикладів, які допоможуть покращити образ меншин. Вперше в цій книзі було поєднано елементи корисної інформації та порад, які можна використовувати й наслідувати. Посібник було укладено за участю кількох десятків європейських медійних корпорацій, тому в ньому йдеться про країни, де населення здебільшого є білим і християнським за релігією, але цей досвід можна застосовувати і для інших членів EBU, розташованих далі на південь чи на схід. Тому, на думку ССІР, переклад посібника на українську мову і його адаптація для українських журналістів – є справою актуальною і корисною.

Що ми розуміємо під словом „розмаїття”?

В посібнику представлені приклади висвітлення етнічних та культурних меншин у новинах і телевізійних програмах. Оскільки методи боротьби з дискримінацією часто-густо є ідентичними, деякі з наведених нами прикладів можна застосовувати по відношенню до таких видів дискримінації, які, зокрема, трапляються на ґрунті сексуальної орієнтації, статі, віку та фізичних можливостей. Сучасне наукове визначення цього терміну є наступним:

„Розмаїття – наявність у суспільстві різних груп та індивідів, що ототожнюють себе за расовими, етнічними, культурними, соціальними, релігійними та гендерними ознаками. На даний момент в літературі використовується два терміни щодо етнічного розмаїття – мультикультурність та полікультурність. Мультикультурність трактується як відображення існування в суспільстві різних культур і соціальних груп впродовж історії. А полікультурність зводиться до відображення співіснування та взаємодії в суспільстві великої кількості культур та субкультур”.

Для кого цей посібник?

Посібник розрахований на журналістів, студентів факультетів журналістики та їхніх викладачів. Він також може бути корисним для авторів телепрограм, фахівців з медіа персоналу, тренерів, менеджерів мас медіа.

Як користуватись „Ключем”?

Перший розділ складається з відбірки новинних роликів. Вони згруповані за проблемами, з якими зіткнулись журналісти під час своєї роботи, і їх краще продивлятися і обговорювати з колегами. В другому розділі ми маємо змогу заглибитись у приклади роботи інших організацій. В ньому ви знайдете посилання на корисні сайти та приклади, які можна використовувати у повсякденній роботі, а також ідеї, які можна обговорити і застосувати.

Ролики новин

Ролики було зібрано довільно з метою проілюструвати різні труднощі, які постають перед національними меншинами. Не кожний з них можна назвати вдалим або невдалим прикладом. В багатьох є гарні і погані елементи, деякі з них представляють дилеми, з якими зіткнулися журналісти, коли висвітлювали ті чи інші факти і події. Є приклади репортажів, яким передували пристрасні дискусії у редакціях новин або які не обговорювалися зовсім, а потім, на подив усіх, спровокували гостру реакцію у глядачів. Ролики новин були відібрані та запропоновані медійними професіоналами з усієї Європи – від Фінляндії до Іспанії, від Великої Британії до Хорватії. Звісно, ваша реакція на побачене може повністю відрізнятись від висловленого у коментарях та запитаннях, про що йтиметься нижче. Дуже цікавим є те, що попри переважно однакову реакцію на переглянуте, є кілька прикладів протилежних точок зору, висловлених фахівцями – як з боку представників меншин, так і більшості глядачів, які дивились і коментували ролики. Ми висловлюємо особливу подяку представникам теле- і радіомовлення, які надали нам зразки невдалих роликів, адже це також хороший урок.

Для роздумів

Перед кожним роликком новин пропонується коротенький вступ, в якому йдеться про національне середовище, а також надаються деякі коментарі та запитання, пов'язані з проблемами, з якими зустрічаються журналісти у своїй повсякденній роботі:

- Яким чином ваш особистий спосіб мислення та переконання впливають на ваші репортажі?
- Яких професійних стандартів ви повинні дотримуватись?
- Який вплив матимуть ваші репортажі на глядачів і суспільство, і де починається, а де закінчується ваша відповідальність?

Ролики новин надійшли з Бельгії, Фінляндії, Франції, Німеччини, Великої Британії, Угорщини, Ірландії, Нідерландів, Словаччини, Іспанії та Швеції. Вони пов'язані з цілою низкою проблем, а саме: національні меншини, суспільства другої та третьої генерацій (діти та онуки емігрантів), економічні мігранти, шукачі притулку, імемігранти з країн, звідки ще й досі висилають своїх мешканців, а також люди, які прибувають з гарячих точок. Слід зазначити, що ролики були відібрані членами редакційного колективу, який працював над цим посібником. Ролики не дають розуміння редакційної політики щодо розмаїття в телекомпаніях, де їх відзняли. Це просто відбірка відеоматеріалів, які стосуються проблем меншин.

Корисна порада

Переглядаючи ці ролики, ви знайдете гарні приклади і корисну інформацію, надану журналістами, менеджерами та медіа фахівцями, які працюють в усій Європі, а часом й поза її межами. Їхньою метою було прагнення допомогти **впроваджувати** рекомендації, розроблені на різноманітних семінарах і під час досліджень.

Частина I

Розділ 1

Збалансоване висвітлення

Проблеми для обговорення:

Чи можна бути об'єктивним? Ви усвідомлюєте свою відповідальність?

Чи можна уникнути прихованих повідомлень?

Чи вам відома сила певних емоційних слів?

Наскільки ви використовуєте музику і звуки, щоб досягти бажаного ефекту на публіку?

Що коротше повідомлення, то точнішим ви повинні бути. Ви консультуєтесь зі своїми колегами чи не беретеся за короткі повідомлення, залишаючи їх більш досвідченим журналістам?

Ви зупиняєтесь, щоб замислитися над тим, чи немає в ваших повідомленнях стереотипів?

Як ви гадаєте, чи ви несете відповідальність за вплив вашого репортажу не тільки на глядачів, але і на життя людей, про яких ви розповідаєте?

1.1 Сомалійська історія YLE TV News, щоденно 20:30-20:45, Тх: 14.09.2006 (2')

Лише біля 2% загального населення Фінляндії складають іммігранти або етнічні меншини. Це один з найнижчих показників у Європі. Хоча найчисленнішими групами є вихідці з Росії (20.8%), Естонії (14,5%) та Швеції (6,8%), які мешкають тут з 1990-х років, чисельність іммігрантів з неєвропейських країн стало зростати, починаючи з 2000 року. В країну прибуло багато сомалійських дітей разом з батьками, значна частина з них народилась вже у Фінляндії, тому зараз там досить багато фінів з сомалійським корінням. Це репортаж про молодих людей іммігрантського походження – здебільшого сомалійців, задіяних у вуличних крадіжках в районі залізничної станції в Гельсінкі. В репортажі фігурують дві особи, які дають інтерв'ю – поліцейський офіцер та викладач. Цей репортаж вийшов у головному вечірньому випуску новин. Хоча повідомлення стосується підліткової злочинності, чи ми це бачимо? Репортер описує „хвилі імміграції”: що ви думаєте про слова, які він підбирає для цього? Попри те, що коментарі опитаних є розсудливими та ґрунтовними, чи представляють вони всі точки зору і чи дають глядачеві повне пояснення? Чи запропоновані альтернативні версії? В репортажі немає ні кримінальної статистики, ні результатів розслідування, а злочинність пов'язується безпосередньо з імміграцією та браком інтеграції в суспільстві. Проте не було опитано жодного представника цієї меншини.

Яке перше враження матимуть глядачі? Як ви думаєте, буде глядач далі прислухатися до слів або музики? Який ефект від повторення зловісної музики кожного разу, коли поліцейська машина в'їжджає до парку? Яким буде остаточне враження глядача про переглянутий ролик?

1.2 В Брюсселі пограбовано два банки в один день.

VRT головна програма новин на VRT 'One' щоденно, 19:00, Тх: 11.04.2006 (1'46")

Імміграція італійців до Бельгії на вугільні шахти розпочалась в 1940-і роки, за ними туди попрямували робітники з Туреччини та Марокко, Іспанії, Португалії, Греції. Також головний район Брюсселя заселений значною кількістю мігрантів з Конго (ДРК), колишньої бельгійської колонії. Сьогодні там мешкає близько 14% іноземних або вже з бельгійським громадянством іммігрантів, з яких найчисленнішу (неєвропейську) групу складають переселенці з Марокко. У 1990-і роки мешканці зі Східної Європи почали прибувати до Бельгії здебільшого з колишньої Югославії та Польщі, а також з Чехії та Вірменії. З початку року федеральна поліція нарахувала вже 201 збройне пограбування в Брюсселі. За версією, висунутою в ролику, „грабіжниками є молоді представники нижчого прошарку населення, які роблять свої перші кроки в злочинний світ з жорстокістю, яку бачать по телевізору”. В цьому уривку про Бельгію історія розказана з різних точок зору і вустами чималої кількості людей: поліцейські і жертви розповідають нам, що відбувалось під час пограбувань, якими були обставини злочину, які магазини та підприємства були пограбовані.

А що ви думаєте про те, як здебільшого використовуються образи для представлення історій/тем? Чи це сприяє справедливому, збалансованому і точному висвітленню? Якою є роль репортера, якщо

експерти називають дані, не підтвержені статистикою? Співробітник прокуратури пояснює, що злочинцями зазвичай вважають „молодих людей третьої генерації з бідних прошарків суспільства”.

Чи вони винні у ВСІХ вуличних злочинах?

Де статистичні дані, щоб обґрунтувати це твердження?

Чи несе репортер відповідальність за розслідування та наведені факти, аналіз передумов чи пояснення соціального тиску безвідносно до чиєїсь приналежності до етнічної меншини?

Чи варто вживати фразу „Жодної зброї, але вона могла бути використана”? Камера фокусується на групі молодих хлопців з арабськими рисами обличчя на вулиці Брюсселя. Чи хотіли журналісти натякнути на те, що злочинці здебільшого походять з етнічних меншин?

Чому вони показали хлопців, але нічого про них не сказали? Чи мають вони на увазі, що голова брюссельської поліції уникає говорити про те, що всім зрозуміло?

Що візьмуть глядачі з цього ролика? Чи не спрямований він на їхню підсвідомість, переконуючи, що молоді іммігранти з нижчого прошарку населення (особливо темношкірі іммігранти) є злочинцями?

ПРИКЛАД: маніпулювання фактами, „етнічна злочинність”, висвітлення МВС проблеми нападів на іноземців в Україні: „За даними МВС упродовж 2007 року іноземці вчинили в Україні 2485 злочинів (у січні 2008-го – 233), серед них громадяни країн СНД – 2145 (у січні 2008 року – 56). Українці впродовж такого ж періоду вчинили кримінальні дії щодо 1176 іноземних гостей; за повідомленнями МВС, серед сотень скоєних проти іноземців злочинів, включно з вбивствами (у 2007-му – 22, а з початку 2008 року – 5), практично майже відсутні расистські чи ксенофобські мотиви, окрім, вбивства громадянина Конго в Києві. Причиною таких інцидентів ставали здебільшого хуліганські прояви, звичайні злодійські наміри чи тривіальні побутові проблеми”. (Вісник „В одному човні”, № 5, 2008 <http://www.eedi.org.ua/rus/SameBoat-Ukr-05-08.doc>)

1.3 Двадцять п'ять відсотків мешканців Брюсселя почувуються в небезпеці в громадському транспорті.

VRT головна програма новин на VRT 'One' щоденно, Тх: 19:00, 11.04.2006 (1'46")

Цей ролик представляє доволі серйозну проблему брюссельського метро: люди, які живуть або працюють в Брюсселі, не почувуються захищеними. Однією з причин є те, що групи підлітків і молодих людей проводять вільний час в метро, галасуючи та іноді провокуючи конфлікти. Це новини? Якщо так, то попереднє академічне розслідування має довести, що, на думку решти населення, саме підлітки створюють небезпечну, неприємну атмосферу (як в цьому прикладі). Але це потрібно сказати. В даному ж випадку немає жодного інтерв'ю, жодних статистичних даних та цифр. Ви знаєте, яким чином це вплине на розвиток подій? Чи могли підлітки, які галасують і лаються, стати фактором, вартим телекамери в метро? Чому б натомість не взяти приховану камеру в метро ввечері?

Чому не взяли інтерв'ю у підлітків, а тільки у дорослих?

Чи правильно дозволяти людям висловлюватись стосовно їхніх страхів по телевізору, перед великою глядацькою аудиторією, знаючи, що деякі з цих фобій можуть бути необґрунтованими, упередженими, нелогічними, расистськими? Чи це не ваш професійний обов'язок протистояти страхам та упередженням, щоб історія/проблема виглядала реалістично та збалансовано?

Чи не накладає цей репортаж штамп на підлітків?

1.4 Молодий робітник в Ла Вілленов (четвертий з п'яти репортажів)

France 3, щотижнева регіональна програма новин, Тх: 18:40, 1.12.2005 (6')

В околицях міста Гренобль на південному сході Франції, розташованого біля підніжжя Альп, для блочних будинків запроваджена регульована орендна плата. Благоустрій району Вілленов суттєво покращився, починаючи з 1970-х років, і його 11 тисяч мешканців – представників різних соціальних прошарків і національностей тепер користуються зеленими газонами, пішохідними тротуарами і цілодобовими магазинами. 30% мешканців Вілленова складають молоді люди, у порівнянні з 20% в усьому Греноблі. В листопаді 2005 року масові безчинства, спалення автомобілів та громадських установ в бідних районах паризьких околиць та інших міст країни шокували націю. Було введено надзвичайний стан, який тривав протягом 3 місяців. Цей репортаж – про іншу історію з життя околиці. Ми розмовляємо з молодим чоловіком, який виріс у Ла Вілленові і зараз працює соціальним робітником. Він влаштувався на роботу у місцевий культурний центр у справах молоді. Він розповідає про потреби і труднощі, які постають перед людьми з емігрантським минулим.

Яку історію ви очікуєте побачити, коли починається ролик? Побачивши гірські краєвиди, чи можете ви передбачити, про що йтиметься далі? Чи допомагають музика і танці зрозуміти, де ви? Чи є це стереотипом, чи це співвідноситься з історією?

Чи наголошує автор на іноземному походженні головного персонажа? Що він розповідає нам про його молодість в Вілльєнові? Як ви думаєте, чи намагається цей ролик збалансувати репортажі про насильство в інших околицях?

Яка мета цього повідомлення? Як ви відрізняєте позитивні і політично коректні історії про меншини? До якої категорії ви віднесли б цю історію? На вашу думку, культурні відмінності впливають на те, як реагують на ролик представники різних етнічних груп?

Розділ 2

Перевірка фактів

Проблеми для обговорення:

Для якісної журналістської роботи важливими є факти. Наскільки ви довіряєте інформації ваших колег (з газет, прес-агентств, Інтернету)?

Скільки часу ви витрачаєте на перевірку достовірності фактів? Чи можете ви повідомити про факти, які недостатньо перевірені? Якщо ви використовуєте факти і цифри, ви повинні знати, про що йдеться і як їх можна використати. Як бути певним, що люди і свідки, у яких ви берете інтерв'ю, є релевантними? Ви посилаєтесь на них за їхнім відношенням до події чи тому, що розраховуєте, що вони привернуть увагу глядачів? Цікавість і підозрілість є важливими рисами журналіста. Тому випробуйте себе, щоб знайти нові джерела. Як журналіст ви повинні внести щось нове до сюжету, ви маєте заздалегідь розвинути сценарій. Глядачі знають більше за вас, тож будьте поміркованим і точним. Пам'ятайте, що серед глядачів є експерти.

Ролики новин

2.1 Гепатит в селах ромів. MTV, регіональні новини для південно-західної Угорщини, двічі на день, щоденно, 10 хвили на день о 06:00 та 16:30, Тх: 22.08.2007 (1'40).

В Угорщині проживають 10 національних меншин, з яких 8% за походженням – роми і які впродовж останніх ста років заселяють територію Угорщини. Влітку 2006 року телевізійні повідомлення торкнулись епідемії гепатиту А в селі ромів в південно-західній частині Угорщини. Ця історія обговорювалась в медіа протягом кількох тижнів. За даними Всесвітнього банку 2000 року 57% ромів в Угорщині жили в умовах неймовірного зубожіння, водночас лише 5,7% всього населення країни перебували в подібній ситуації. Сьогодні приблизно 60% ромів живуть у селах і 40% – в невеличких поселеннях з населенням менше двох тисяч. Національна статистика свідчить, що по відношенню до всього населення ця цифра становить 36% і 17% відповідно. В Угорщині 57% ромів живуть у найменш розвинутих районах.

Яким є основне повідомлення цього уривку? Що відсутність доступу до гігієни в поселеннях ромів призвела до епідемії гепатиту А? Чого не вистачає в даному повідомленні? Експерт говорить, що причиною поширення вірусу є фекалії. Чи є якась інформація про санітарні послуги в селі? Чи порівнюються ситуації в селах ромів та інших селах? Звідки роми беруть воду? Чи чиста вона тощо?

Опитали мешканців, які висловили свою точку зору. Чи зрозуміло глядачеві, що люди намагаються щось зробити, щоб зупинити епідемію? З якою метою показаний інтер'єр будинку? На яких стереотипах фокусується увага, які з них закріплюються? Яким чином? Що запам'ятає глядач з цього ролика?

ПРИКЛАД: висвітлення проблем ромів в Україні

За інформацією від Ромського Фонду „Чіріклі” 15 травня 2008 року телеканал НТН о 9-й ранку в кримінальній програмі „Свідок” показав 2 репортажі про „ромських жінок-шахрайок”. У першому репортажі показали „циганку шахрайку”, яка оманним шляхом відбирала у пенсіонерів гроші, обіцяючи їм доставку продуктів додому та видаючи їм накладні з печаткою і переліком продуктів. У репортажі неодноразово посилалися на національність жінки. У другому репортажі розповіли про двох „циганок”, які зціляли осіб похилого віку і відбирали в них гроші: „Шахрайки вилучили 4,5 тисяч грн. (890 дол. США) в однієї з потерпілих”. Репортаж містив коментар пана Жуковича з УМВС Київської області, в якому він також постійно посилався на національність цих жінок. За словами адвоката Марії Іванової з Чернігова, практика застосування катувань стосовно ромів досі існує і практично переважає у всіх відділах міліції України: „У мене був подібний випадок, і я змогла підготувати скаргу за результатами дворічної роботи над матеріалами і подати її до Європейського суду, а згодом потерпілого просили все відкликати й зупинити мене. У цьому відділі у Ніжині з ромами були і

перелом ребер, і електрошок, і зухвале стягнення грошей. Роми сильно залякані, й у мене часто вже здають нерви. Йдучи на рожен, я починаю сама трохи побоюватися, що підставлять і мене”.

(Вісник „В одному човні”, № 5, 2008 <http://www.eedi.org.ua/rus/SameBoat-Ukr-08-08.doc>)

Наступний ролик було зроблено в Хорватії, тому потрібно звернутись до середовища.

2.2 Етнічний інцидент в Біляні Доньє. HRT: Dnevnik – головна вечірня програма новин, щоденно, Channel 1, 19:30, Тх: 25, 26, 27.07.2006.

На початку 1990-х років Хорватія проголосила незалежність від Соціалістичної республіки Югославії, а впродовж 1991-1995 років там точилася Хорватська війна за незалежність (або вітчизняна війна). З одного боку були хорвати, які прагнули незалежності, з другого – серби, які бажали залишатись в Югославії або мати нові кордони в частинах Хорватії, де серби становили більшість чи були не впливовою меншістю. Було багато пораниених, вбитих і біженців з обох сторін. Десять років тому, 1997 року, сербські біженці почали повертатись до Хорватії. То був тривалий і повільний процес. Нерідко, коли вони поверталися додому, місцеві люди їм не раділи. У село Біляні Доньє, розташоване біля Скабрня, сербська сім'я Скорік повернулася кілька років тому. Хорватський уряд заплатив за відбудову їхнього будинку, а два роки тому їх відвідав прем'єр-міністр. Це дуже болучий процес для хорватів, адже багато з них було вбито в Скабрня під час війни, а зараз сюди повертаються серби. В ніч між 24 та 25 липня 2007 року четверо хорватів здійснили напад на родину Скорік.

ПРИКЛАД: Висвітлення проблеми розмаїття в ГРУЗІЇ: газета „Сегодня”, 30.09.2008, журналіст Олесь Бузина, заголовки „Мутация династии: как Багратионы стали наркоманами и мусульманами”, „Грузия – родина удабнопитека”. Цитата: „В наших школах историю Грузии не изучают. А жаль! Это поучительная для любого националиста история народа, окончательно „придуманого” только в советские времена”.

2.3 Насильницькі смерті серед іммігрантів RTÉ Capital D, News Feature, RTÉ One, Тх: 19:00, 16.03.2006 (6'38”)

Імміграція – феномен, який спостерігається в Ірландії нещодавно. Країна почала вести щорічну статистику в'їзду іммігрантів 1987 року, коли в Ірландію прибули 19 000 шукачів притулку. Через кілька років до країни прибула ще більша група людей зі Східної Європи в пошуках роботи. У квітні 2006 року іммігранти в Ірландії склали 86 900 осіб, що є найвищим показником з початку ведення обліку в 1987 році. З цих 86 900 людей, 43% є представниками 10 нових країн Євросоюзу (зокрема, 26% з Польщі, 7% з Литви). Серед іммігрантів також багато молоді: 54% віком 25-44 роки, 28% – 15-24 роки. Близько 10% складають діти віком до 15 років. Автор цього репортажу розслідує насильницькі смерті кількох іммігрантів та дізнається, що рівень смертності від насилля серед етнічних груп в Ірландії є набагато вищим, ніж можна собі уявити. Як ви гадаєте, чи цей репортаж достатньо добре розслідуваний та аргументований? У яких експертів взяли інтерв'ю? Чиї точки зору були представлені? Які статистичні дані наведені в уривку? За яких обставин померли жертви? Кого звинувачено? Люди, у яких було взято інтерв'ю, припускають, що іммігранти були вбиті іншими представниками меншин, які перебували у нетверезому стані. Соціальний тиск стає причиною жорстокості іммігрантів, але чи є якісь докази?

На що спрямоване багаторазове повторення імен, а також причин смерті всіх іммігрантів за останні місяці? Це персоналізує їх для глядачів чи поширює небезпеку і насильство, сіючи відчуття незахищеності?

Приклад: Україна як країна, де імміграція стала феноменом лише нещодавно.

276 осіб стали громадянами України: За оцінками Східно-Європейського Інституту Розвитку понад 60% очевидних меншин в Україні мають українські паспорти і такі ж права, що і народжені в Україні громадяни. У квітні 2008 року відбулося чергове засідання Комісії при Президенті України з питань громадянства, на якому було розглянуто близько 600 справ про надання громадянства України та вихід із нього. За рішенням Глави держави, 276 осіб отримали громадянство України. Як повідомляє Служба з питань громадянства Секретаріату Президента України, протягом першого кварталу 2008 року до Служби надійшло 178 звернень громадян. За 2007 рік на розгляд Служби надійшло 886 звернень.” (Вісник „В одному човні”, № 5, 2008 <http://www.eedi.org.ua/rus/SameBoat-Ukr-07-08.doc>)

2.4 Проблема нікабів (хусток для жінок) NPS/VARA, Nova, current affairs, 22:30, Тх: 28.01.2003 (5'50”)

Понад 400 років Нідерланди були мультикультурною країною з численною єврейською громадою (до 1945 року), протестантами і католиками, які мали постійно шукати поміж собою компроміс. Починаючи з 1950 року, велика індонезійська спільнота оселилась на своїй колишній колоніальній батьківщині, а потім почали облаштовуватись іммігранти з Суринаму, Марокко та Туреччини. В останні роки точиться гостра дискусія щодо використання *нікабів*, тому що кілька школярок захотіли їх надягнути. Частина програми Nova була присвячена репортажу і обговоренню цієї проблеми з міською владою і керівництвом школи.

Що хоче сказати журналіст, ілюструючи драматичні образи дівчат в паранджі? Якою є роль музики? Про що цей ролик насправді? Про шкільну політику? Про причини того, що, на думку дівчат, змушує їх вдягати *нікаб*? До речі, наскільки поширеним є носіння *нікабу* в Нідерландах?

Це хороша журналістика? Хто виступає у ролі експертів? Хто повинен брати участь в обговоренні?

Розділ III

Кого ми бачимо?

Проблеми для обговорення:

Чи усвідомлюєте ви свої упередження щодо людей, у яких берете інтерв'ю?

Чи завжди потрібно пропонувати глядачам те, що вони хочуть побачити і почути. Чи не варто знаходити нові аспекти і точки зору?

Ви дійсно намагаєтесь дізнатись думку представників меншин?

Коли ви зображуєте представників меншин, ви це робите з аутентичних причин?

Чи вважаєте ви своїм обов'язком урівноважувати стереотипи?

Ролики новин

3.1 Els matins (Ранок), ранкові ток-шоу, у робочі дні, Тх: 28.09.2005 (4'33")

Попри те, що донедавна Іспанія була країною еміграції, в Каталонії з початку 1950-х років активізувався рух робітників-мігрантів з бідних регіонів країни. За останні п'ять років мігрантське населення Каталонії зросло з 2.3% до 13.4%. Міста і села різко змінились за доволі короткий проміжок часу, тому багатьом жителям досі важко пристосуватись. Після того, як в березні 2005 року в Мадриді вибухнула терористична бомба, населення почало вороже ставитись до представників Північної Африки. Втім, за даними Європейського центру моніторингу расизму і ксенофобії (EUMC) – зараз це є Агентство з захисту фундаментальних прав ЄС (FRA) – ісламофобія набула великого розмаху в країнах ЄС, зокрема, в Іспанії. Ще раз уважно проаналізуйте структуру цього репортажу: на чому фокусується камера, як розсаджено інтерв'юери за столом, зверніть увагу на мову тіла. Де сконцентрована сила і влада? Як можна очікувати на відверті і змістовні дебати, якщо досвідчений оратор сидить навпроти трьох новачків? Що робив ведучий програми? Що він міг зробити, щоб дати можливість висловитись іншим учасникам дебатів? Яке враження отримує глядач про мусульман? Чи у них є можливість виправдати свій спосіб життя, свій вибір носити хустку? Якщо ні, то чому?

3.2 Школа в Берліні ZDF 'heute-journal' (журнал новин), щоденно 22:00 – 22:25, Тх: 30.03.2007 (3'04")

В березні 2006 року німецькі медіа широко обговорювали проблеми школи в Берліні: конфлікти і насильство зробили майже неможливим навчання, тому персонал навчального закладу звернувся з листом до міського відділу освіти. Через рік, завдяки новим програмам ZDF, ситуація покращилася: відкриття класів з боксу та музичний проект стали запорукою успіху. Серед учнів, які відвідували цю школу в Берліні, 83% мали різне етнічне походження. У середньостатистичній німецькій Hauptschule навчається 19% дітей-вихідців із сімей мігрантів. (Hauptschule – це тип середньої школи, в якій учні отримують „ступінь”, до вступу до цієї школи учні вчать 4 роки в початковій школі і 5 років в середній). За офіційними даними 15,3 млн. людей з 82,5-мільйонного населення Німеччини є представниками етнічних меншин (18.5%). Частка іноземців, тобто людей без німецького паспорта, складає 8%. Загалом мешканці етнічного походження мають гіршу професійну підготовку, ніж німці: 10% з них не мають шкільного атестату (порівняно з 1,5% тих, хто не належать до етнічних меншин), 51% не закінчували професійних навчальних закладів (порівняно з 27% серед німців). Ролик демонструє важливу роль медіа у висвітленні таких подій та ситуацій. Який вплив мала ця презентація на школу? Як школа може змінитись? Якою є взаємодія між студентами та вчителями і

студентами-представниками багатьох інших культур? Чи акцентується факт, що багато дітей в школі походять з етнічних меншин? Яким є підхід до історії? Що ролик говорить нам про школу з численними проблемами? Як школа вирішує ці проблеми? Що було та досі залишається в центрі цієї проблеми загалом?

3.3 Покинуті мігранти з країн, розташованих нижче Сахари TVC Midday news, щоденно, 15:00 Тх: 28.08.2006 (2'45'')

Хоча за статистичними даними іммігранти прибувають до країни літаком, новини щоденно розповідають про численних іммігрантів з країн, розташованих нижче Сахари, які припливають на маленьких човнах. Більшість з них, перш, ніж висадитися на берег, потрапляють до рук прикордонних служб, тому вони вигадують все більш ризиковані маршрути. Щодня у відкритому морі навколо Канарських островів знаходять дрейфуючі човни, нерідко з трупами на борту. Цей репортаж розповідає про емігрантів з країн нижче Сахари, покинутих в пустелі марокканським урядом після того, як їхній човен досяг марокканського узбережжя. Вони прагнули дістатися до Канарських островів. Ми покидаємо Європу, щоб познайомитися з людьми, які намагаються здолати великі перепони на шляху до кращого життя. З якого боку це характеризує нелегальних мігрантів? Наскільки таке зображення людей відрізняється від того, яке зазвичай показують в подібних ситуаціях? Чого не вистачає в ролику? Чому немає коментарів представників влади – марокканської або мавританської? Наскільки доцільним та етичним є використання драматичних зображень з метою передачі суті історії? Чи такий метод виправдовує себе? Чи він відображає реальність? Якщо так, чи потрібен контекст, адже більшість нелегальних іммігрантів в'їжджають до Європи за туристичними візами? Чи загальний ефект від розповіді та відеоряду не вводить глядачів в оману? Чи сюжет не спотворює реальні факти, створюючи сенсацію на порожньому місці? Чого більше – шкоди чи користі від такого ракурсу?

3.4 Жінки у бізнесі та економіці DW-TV, Made in Germany, 19:30 Тх: 06.03.2007 (2'45'')

До Міжнародного дня жінок 8 березня темою журналу Made in Germany була „Жінки в бізнесі та економіці”. Однією з чотирьох опитаних жінок-менеджерів була Роя Ульріх, яка є менеджером з інформаційних технологій у корпорації Daimler Chrysler. Вона приїхала до Німеччини з Ірану у віці 18 років і вивчала свій улюблений предмет „Інформаційні технології”. Роя Ульріх переконана, що в цій галузі для розвитку її кар'єри немає меж. Це гарний приклад людини, яка походить з національної меншини. Але чи повинна ця історія бути розказана тільки на честь свята? Чи є обов'язком журналіста знаходити історії, які руйнують стереотипи? А що як вони не досить цікаві? Чи є позитивні приклади історії „героїв різноманіття” на українському ТБ, радіо?

Розділ 4

Хто підбирає сюжети?

Проблеми для обговорення:

Наскільки ваша думка впливає на вибір сюжету для репортажу? Ви зважаєте на свої власні переконання щодо тієї чи іншої проблеми?

Чи ви відкриті для сприйняття різних точок зору у сюжеті, над яким працюєте?

Чи ви витрачаєте час на вивчення різних джерел, якими є не тільки лідери громад, а й пересічні члени суспільства?

Наскільки проблеми різноманіття впливають на ваш вибір сюжету та його персонажів? Ви досі дотримуетесь своїх журналістських стандартів?

Чи це є вашим професійним обов'язком, коли своєю працею ви робите негативний або позитивний внесок у суспільство?

Ролики новин

4.1 Громадська охорона ромів MTV, Duna TV, Danube TV, щоденна програма новин, 18:00, Тх: 10.03.2004 (1'45'')

Роми – друга найчисленніша група меншин у Словаччині. Хоча, як свідчать дослідження, третина з них мешкає в таких же умовах, як і більшість населення, інша частина страждає від зубожіння,

безробіття, неписьменності, злочинності та захворювань. 2005 року громади ромів, які проживали у Словаччині, підняли бунт проти зростаючих цін. Було зафіксовано кілька пограбувань, найбільше – продовольчих магазинів. Протягом кількох тижнів регіон був під суворим контролем військових та поліцейських. Після цього уряд створив „громадську охорону ромів”, щоб правоохоронці з числа ромів піклувались про своїх співгромадян. Перший ролик інформує глядачів в самій Словаччині та поза її межами, розкриваючи проблеми, про які більшість з них нічого не знає. Які, на вашу думку, переконання має автор щодо ромів? Чи він не намагається подати факти з якимось підтекстом? Що могли розповісти батьки і діти з середовища ромів про цих громадських охоронців? Можливо, нам варто знати, чи вони самі вважають цю ідею слушною? Від кого ми чуємо цю інформацію? Ми бачимо голову громадської охорони ромів і директора школи – це гарний приклад? Яке враження підсилюється в цьому ролику? Що він розповідає нам про стиль життя ромів та їхніх дітей в Словаччині?

4.2 Різдвяні декорації/Польський ресторан ITV Central Tonight, програма регіональних новин 18:00б Тх: 5.12.2006 (50”)

Робітники-іммігранти говорять, що їх не ображають різдвяні прикраси. Деякі місцеві органи влади у Великій Британії, зокрема, у Бірмінгемі, дали Різду іншу назву – Вінтервал, щоб не ображати нехристиян. Така ймовірна образа є радше надуманою, дискусійною і може знайти палку підтримку на шпальтах деяких газет, які спеціалізуються на проблемах расизму. Проте в таких публікаціях ніколи не з’являються інтерв’ю з людьми, які нібито ображені подібними релігійними нюансами. Журналісти регіональних новин ITV з’ясували, що мусульмани, індуси та атеїсти зовсім не були ображені. Вирішивши перевірити це, вони привезли групу людей з великих мусульманських районів Спаркхіл та Спаркбрук у прикрашену до різдвяного свята частину міста, щоб послухати їхні думки і побачити їхню реакцію.

Anglia News, програма регіональних новин 18:00б Тх: 28.08.2006 (45”)

Курдські іммігранти відкрили польський ресторан у поселенні польських іммігрантів. Нині Петерборо налічує 164 тисячі мешканців. Востаннє до країни прибуло 20 тисяч іммігрантів, серед яких близько 8 тисяч – поляки. Відносно великі групи людей приїхали з Литви та Португалії. Для зростаючого польського населення було проблемою знайти хоч одне місце з національною польською кухнею, та два брати-курди відкрили маленький ресторанчик, в якому працюють кілька поляків, зокрема, офіціантка, у якої взяли інтерв’ю. Ці два ролики з регіональних бюро новин ITN є доволі безтурботними і радісними, але містять досить серйозні повідомлення. Які упередження та стереотипи відносно мусульман акцентуються в ролику? Чи показує цей ролик альтернативні шляхи вирішення проблем – гуманно та з гумором? Як висвітлено питання імміграції – як перспектива чи проблема? Чи це позитивний приклад підприємництва іммігрантів?

4.3 Алі Абуд: мешканець Іраку, який приїхав до Швеції SVT RAPPORT, щоденна програма новин, 19:30, Тх: 13.03.2007 (3’20”)

Сьогодні кількість мешканців Швеції іноземного походження складає 15%. Якщо рахувати тих, хто народився в Швеції, але має одного з батьків з-за кордону, ця група налічуватиме приблизно 20% населення країни. Багато біженців з Іраку приїжджають до Швеції, поселяючись в містах, де вже і так багато іммігрантів. В Содертальє їм живеться непогано, адже арабською мовою, разом зі шведською, говорять у дантиста, в житлових господарствах та в банках. Приблизно 36% жителів Содертальє мають іноземне походження – з 64 тисяч населення – і ця цифра зростає до 50%, якщо враховувати дітей батьків, один з яких народився за кордоном, а інший – в Швеції. Репортер має палестинське походження (батько – палестинець, мати – шведка). Він виріс в Содертальє і досі мешкає там. Хто є автором цього репортажу? Як ви думаєте, був би ролик іншим, якби його створив журналіст, який не розмовляє арабською мовою? Чи є в вашому відділі репортери/продюсери/менеджери, які походять з іммігрантів? Які зв’язки ви маєте з іммігрантськими громадами? Ви намагались працювати з позаштатним кореспондентам у цьому середовищі? Скільки номерів телефонів представників меншин ви маєте в своєму записнику?

4.4 Абсурдна культурна війна: приховані суперечки в басейні Monitor, ARD/WDR 20:15, Тх: 08.01.2004 (5’57”)

Нині майже 20% населення Німеччини мають іноземне походження. Цей відсоток суттєво зріс у сільській місцевості. Що стосується молоді, кожен третій живе в іммігрантській сім’ї. Найбільша група меншин в Німеччині – це турки. Загалом, у Німеччині проживають більше 3 млн. мусульман. Серед мешканців регіону Westdeutscher Rundfunk (WDR) кожний четвертий має іммігрантське походження. Подібна ситуація спостерігається в Баварії, звідки ведеться репортаж „Абсурдна

культурна війна: приховані суперечки у басейні”. Як автор підходить до цієї проблеми? Чи очевидна думка журналіста? Чи його іронічний тон є адекватним до проблеми? Як це стосується противників жіночих купальних днів? Репортер дозволяє опонентам висловити думку, що ці „жіночі дні” в басейні є частиною стратегії поширення ісламу в Німеччині. Чи слід озвучувати такі думки? Чи їх спростували? Що запам’ятає глядач з цього ролика?

4.5 Мусульманська спільнота після 11 вересня зазнає стигмату так само, як ірландці після бомбувань ІРА 1974 року

BBC English Regions, ‘Inside Out – West Midlands’, щотижневий випуск новин Тх: 26.09.07 (10’14”)
Після низки бомбувань, здійснених Ірландською республіканською армією (IRA) в 1970-х роках, ірландці, які мешкають в Бірмінгемі, відчули на собі хвилю упередження, агресії та насильства. Ірландська спільнота зараз живе у злагоді з корінним населенням. Після 11 вересня 2001 року і наступних терактів у Великій Британії мусульмани стали жертвами нової хвилі упередженого ставлення. Медіа так само негативно висвітлювали це. Видатні люди з ірландським корінням зараз закликають підтримати мусульманську спільноту. Педді Хіл, якого колись помилково звинуватили у тероризмі, висловлює солідарність з ними. На кого спрямована ця історія? Вона зацікавить лише дві спільноти, про які йдеться, чи більш широку аудиторію? Якою є думка журналіста? Чи опитано достатню кількість людей? Що вони говорять глядачам? Як представлена головна проблема? Чи достатньо розказано про події 1970-х років, адже багато хто не знає про них? Репортер проводить паралель між 1970-ми та сьогодишньою ситуацією так, ніби вважає помилковим судовий розгляд дій терористів? Як ви вважаєте, чи доречно тут таке порівняння? Якої мети досягає порівняння двох громад, які однаковою мірою потерпають від дискримінації? Що означає „ірландська підтримка”? Наскільки важливим є те, що Педді Хіл є відомим у своєму суспільстві та у Британії загалом? Чи його „послання” не ізолювати мусульман є важливішим, ніж якби це було просто частиною розповіді?

Розділ 5

Йдемо далі

Проблеми для обговорення:

Ви активно намагаєтесь залучати колег, які б приносили різні думки і точки зору у відділ новин? Як ви гадаєте, ваші глядачі сприйматимуть нові обличчя і нові ракурси чи вони завжди бажають бачити одних і тих же людей? Ви намагались здивувати їх? Що з того вийшло?

Ролики новин

5.1 Надто німецьке хобі ‘ZDF-Morgenmagazin’, ранкове шоу, у робочі дні, 05:30 – 09:00б Тх: 15.03.2007 (2’57”)

Кореянка Мун Сук регулярно з’являється в ранкових програмах ZDF. У своїх репортажах вона досліджує німецьку культуру і суспільство, завжди порівнюючи їх з корейськими. В підбраному ролику вона відвідує людей, які займаються „надто німецьким” хобі: колекціонуванням.

Як ви вважаєте, чи може хтось подібно до цієї журналістки робити новини чи репортаж на таку „екзотичну” тематику? Вам не здається, що це є певна зарозумілість, як по відношенню до німців, так і до азійців, демонструвати різницю між двома культурами як щось „екзотичне”? Чи журналістка не видається вам дещо кумедною?

Хто є „чужинцем” у цьому ролику? Факт, що репортерка є кореянкою і розмовляє з корейським акцентом, є трохи „пікантним”, екзотичним. Чи це важливий аспект теми, оскільки дозволяє глядачам подивитись на себе „збоку”?

Як репортаж на тему німецьких традицій, представлений привабливою азійською журналісткою, запроваджує тему толерантності та різноманіття культур?

5.2 Сестри з Халалу (Halal) NPS щотижнева програма, складається з 6 серій, 16:00б Тх: 12.12.2006 (2’08”&2’40)

Вперше в Європі три сестри – голландки з мусульманським корінням отримали шанс створити програму для висловлювання своїх поглядів стосовно суспільства, в якому вони живуть. Програма була доволі популярною серед мусульманських жінок і сумнівною для тих, хто не хотів бачити на своїх телеекранах жінок з хустками на голові. Це – частина серії, де дівчата розмовляють про

голосування в Нідерландах, намагаючись з'ясувати, яке воно мало значення для них. Програма сестер звернула на себе велику увагу, тому вони мали змогу брати інтерв'ю у будь-якого політика, а самі сестри стали популярними телевізійними персонами. В цьому ролик вони беруть інтерв'ю у лідера Лейбористської партії, який пізніше став міністром фінансів, а також у голови Соціалістичної партії, який перебуває в опозиції. На що натякає програма? Що вона каже про місце цих дівчат у суспільстві? Який вплив на мусульманських і немусульманських глядачів справляє те, що дівчата носять хустки на голові? Як ви думаєте, їх обрали через те, що вони носять хустки? Це була гарна ідея? Як ви вважаєте, вони виражатимуть інші думки, чи тільки свої власні? Це необхідно?

Розділ 6

Кажіть, як є

Проблеми для обговорення поміж журналістами:

Чи ви по-серйозному ставитесь до проблем співжиття в багатокультурному суспільстві, чи спробували би щось нове? Який є ризик? Чи є гумор гарним способом говорити на делікатні теми? Як ви можете бути певними, що це не посилить упередження?

Ролики новин

6.1 Алдіт Хункар, репортер вечірніх випусків новин, говорить про новини і меншини (12'25")

NOS аудіо запис тренінгу про розмаїття для менеджерів та журналістів (2006 р.)

Народжена у Суринамі журналістка аналізує стосунки між іммігрантами та місцевим населенням і вплив телевізійних образів на громадську думку. Вона – одна з кількох темношкірих журналістів-ведучих теленовин. Яку проблему розкриває ролик? Як він розвінчує журналістські стереотипи? На вашу думку, чи зможе цей ролик, в якому йдеться про проблему висвітлення етнічних меншин в медіа, змінити щось в сприйнятті журналістів, які його дивляться? До яких висновків ви дійшли, переглянувши цей ролик?

6.2 Мультикультурне YLE Basaari:

Mundo, програми, засновані на реальних подіях, щопонеділка 17:10 – 17:40б Тх: 24.10.2005 (2'20")

„Фінський громадський диктор” – організація, яка складається з представників багатьох культур. Хто, на вашу думку, зробив цей ролик? Репортер, що є представником титульної нації чи етнічних меншин? Чому? На чому робиться наголос? Які проблеми він піднімає? Якою є ситуація у вашій організації?

ПРИКЛАД: висвітлення в новинах міжкультурного діалогу в Україні

Президент України Віктор Ющенко підписав Указ „Про проведення у 2008 році Року міжкультурного діалогу в Україні”. Указ спрямований на те, щоб усі національні культури, які є в сучасній Україні, мали можливість рівно конкурувати, змагатися. Указ ставить за мету вивчати одне одного, адже під час діалогу відбувається процес довіри – за матеріалами з офіційного сайту Президента. (Вісник „В одному човні”, № 5, 2008 <http://www.eedi.org.ua/rus/SameBoat-Ukr-05-08.doc>)

6.3 Бікіні і паранджа NPS, фрагмент з 83' тематичного вечора, 20:25, Тх: 30.08.2007 (5')

Влітку 2007 року у Нідерландах мала місце суперечка довкола конфлікту між індивідуальною свободою та релігійними цінностями – у зв'язку з відмовою узаконювати гомосексуальні шлюби. Після десятиліть „толерантності” та політичної коректності спірні думки почали висловлюватись усюди без обмежень. На тематичному вечорі „Бікіні і паранджа” вперше зібралися представники різних радикальних поглядів, щоб обговорити проблеми обмеження свободи. В дискусії взяли участь лідер гей-спільноти, колишній мусульманин, традиційний католик, консервативний протестант, ортодоксальний мусульманин та менеджер секс-шопа. Господарями заходу були три сестри у хустках (Сестри з Халалу) і відомий репортер. Програму подивилися майже 1 мільйон глядачів (в Інтернеті та на ТБ), а потім її ще тривалий час обговорювали. Передача викликала сотні позитивних і негативних відгуків, а також привернула увагу молоді, як консервативної, так і ліберальної. Наступний п'ятихвилинний ролик демонструє найбільш важливі фрагменти програми. NPS вирішила створити цю програму у спробі звернути увагу людей на дилеми, з якими зустрічається сьогодні суспільство. Програма поєднує два формати: розважальне шоу та дискусійну частину. Як ви вважаєте, це вдалий спосіб висвітлювати такі серйозні теми? До якої аудиторії звертається програма? Чи це ефективний

шлях, щоб привернути увагу значно більшої аудиторії, ніж, та, яка б слідувала за обговоренням цих питань у більш серйозних програмах? Чи варто надавати майданчик для висловлення екстремальних поглядів, чи медіа повинні їх ігнорувати? Якою, на вашу думку, була б реакція глядачів?

6.4 Чорні і білі ляльки Colourtelly (2007) Colourtelly – це нова, нещодавно створена телепрограма в Інтернеті, цільовою аудиторією якої є чорношкіре населення Великої Британії. Передача була знята за участю дітей початкової школи на заході Лондона і є частиною великого репортажу. Що розповідає цей ролик про дітей? Їхній вибір відображає їхню низьку самооцінку чи йдеться про щось інше? Чи може цей ролик підвищити поінформованість журналістів щодо послань – підсвідомих та очевидних, які вони можуть представити в своїх репортажах? Який його вплив на молодь?

ПРИКЛАД: В Україні бракує досліджень, в яких проводився б контент-аналіз телевізійних передач стосовно відповідності принципам толерантності й взаємоповаги і незастосування „мови ворожнечі”. Передачі, які б виховували толерантне ставлення один до одного, або взагалі відсутні, або їх дуже мало. Демонструються вони, як правило, або на нерейтингових каналах, або пізно ввечері чи зранку. До прикладу, переможець конкурсу „ЗМІ за толерантність”, фільм Ігоря Кобрини та Євгена Шафранського „Собор на крові” (Студія „1+1”) демонструвався глибоко за північ і відповідно не мав суттєвої глядацької аудиторії. Крім того, позитивні приклади інтеграції або висвітлення заходів, що сприяють міжкультурному діалогу, не потрапляють до новинних сюжетів, або потрапляють рідко, або йдуть на телеканалах з низьким рейтингом. Наприклад, на рейтингових каналах 1 червня, в Міжнародний день захисту дітей, були сюжети, присвячені дітям (як-то Фестиваль морозива на „1+1”), але такі мистецькі акції як „Давай дружити!”, спрямовані на формування толерантної поведінки у дітей, не зацікавили редакторів. Подібна ситуація спостерігалася і під час Всеукраїнського дитячого фестивалю „Орелі”: не прес-конференції не було жодної камери, лише „5-ий канал” показав сюжет про фестиваль.

Розділ 7

Контрольний список до пізнання розмаїття

Все, що треба пам'ятати під час висвітлення питань, які стосуються розмаїття, а також тих, які обговорювалися в попередніх розділах.

1. Чи свідомо я беру на себе відповідальність за ті питання, сюжети та героїв сюжетів, які я висвітлюю?
2. Чи усвідомлюю я силу, яку мають образи, слова, звуки та музика?
3. Чи зазначаю я етнос (національність), якщо це не маю відношення до сюжету?
4. Чи витрачаю я достатньо часу на перевірку фактів? Чи впевнений я у тому, що вживаю правильні терміни?
5. Чи консультуюсь я у більш досвідчених колег і тих, хто відрізняється за своїм етнічним походженням, коли в цьому є необхідність?
6. Як я вибираю осіб для інтерв'ю: за принципом, наскільки вони підходять до сюжету або через те, що очікую, що вони привернуть увагу глядача?
7. Чи намагаюсь я віднайти розмаїття думок серед представників меншин і свідків, у яких я беру інтерв'ю?
8. Чи зі справжніх причин в моєму сюжеті присутні суб'єкти меншин?
9. Чи знаходжу я нові точки зору і чи розвиваю свої сюжети більш глибоко?
10. Чи ставлю я собі завдання знайти нові джерела інформації і піддати сумніву домінуючу точку зору?
11. Чи я задумуюсь над тим, чи притаманні моїм сюжетам стереотипні уявлення?
12. Чи розглядаю я вплив мого сюжету не тільки на думку глядача, але й на життя людей, про яких я розповідаю?
13. Чи намагаюсь я активно залучити нових співробітників, які підтримуватимуть розмаїття і поширюватимуть його у відділі новин?
14. Чи цікавлять мене інші культури, окрім моєї власної, та чи відкритий я до прийняття різних пропозицій щодо сюжетів, зважаючи на інші культури і традиції?

«Як приклад, можна навести ситуацію із Сомалійськими піратами: в останні роки, почастишали напади піратів на цивільні і торговельні судна біля берегів Сомалі. ООН та Інтерпол в аналітичних доповідях наголошують, що Сомалі – небезпечна з точки зору піратства територія. За даними Інтерполу, справа не у місці піратських нападів, а у соціальних факторах, про які дізнавалась кореспондентка Радіо Свобода Богдана Костюк. Серед найбідніших верств населення країни, працюють відповідні «тренери», які готують піратів – підлітків і юнаків з бідних родин навчають користуватися зброєю, привчають до наркотиків, вчать нападати на судна. Про це ідеться у повідомленнях Інтерполу. Також фахівці не виключають, що на сомалійських піратів працює ціла кримінальна індустрія, яка використовує і економічний шпіонаж, і хакерство: ідеться про добру обізнаність нападників, скільки коштує судно чи вантаж на ньому, скільки членів екіпажу перебуває на кораблі, якими системами безпеки чи захисту корабель (яхта) оснащено, тощо. З іншого боку, нічого нового у термін «піратство» за тисячі років його практики не привнесено: нині – сомалійці, 20 років тому – камбоджійці та китайці, у минулі століття – британці та іспанці, французи і марокканці, а тисячі років тому давні греки і фінікійці – всі ці народи використовували піратство як спосіб виживання і як метод збагачення. Український історик Наталія Яковенко стверджує, що і українські козаки – до речі. Посвячені у Лицарі Мальтійського Ордену – не гребували піратськими нападами на незахищені торговельні судна у Чорному морі: «Козакам треба було виживати, по-перше, й озброюватись, по-друге. А багаті торговельні та військові кораблі, що через Босфор заходили в акваторію Чорного моря, були ласим шматком для рядових козаків...». Сучасні пірати, за словами речника МЗС України Василя Кирилича, мають за мету «не стільки пограбувати судно, скільки заробити на викупі. Іноді викуп перевищує реальну вартість корабля, особливо якщо ідеться про яхти...». – сюжет Богдани Костюк висвітлений в ефірі Радіо Свобода

ЧАСТИНА II: Корисні методи

В наступних розділах пропонуються до уваги вже перевірені ідеї, нові ідеї, які могли б бути використані, політика управління, а також опис індивідуальних дій, які можуть бути дуже ефективними без докладання великих зусиль і які можна адаптувати до вашої рідної мови, культури та ситуації в країні. Безумовно, тут міститься дуже багато інформації з Інтернету, але ця частина включає невичерпне джерело цікавих та доречних веб-сайтів зі зазначеної тематики, переважно англійською мовою.

Розділ 8

У відділі новин (в ньюзрумі)

Цей розділ концентрує свою увагу на джерелах гарних прикладів у висвітленні життя представників меншин. В ньому також наводиться покажчик посилань, які можуть виявитися корисними для журналістів задля поповнення їхніх знань та для розуміння проблем представників меншин. Також ці посилання корисні для того, щоби журналісти усвідомлювали важливість мови і були чуйними по відношенню до голосів меншин серед слухачів.

Гарний приклад: Лондонська організація **The Media Diversity Institute (MDI)** (www.media-diversity.org) концентрує свою увагу на силі, притаманній ЗМІ, у зменшенні конфліктів між етнічними групами. Організація має великий веб-сайт, на якому розміщено багато документів, посібників, повідомлень та практичних засобів стосовно усіх аспектів розмаїття. Також на цьому веб-сайті можна знайти декілька контрольних списків, які розробили журналісти, професори журналістики та спеціалісти з питань розмаїття. <http://www.media-diversity.org/resource%20material.htm> – практичні засоби для журналістів.

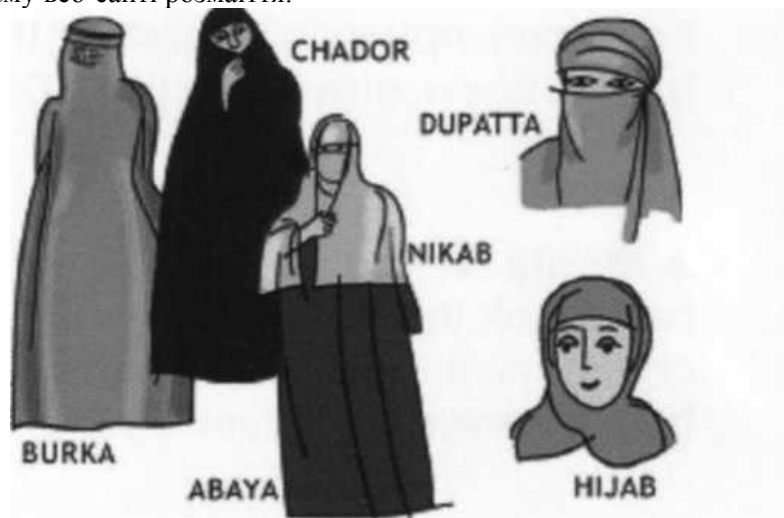
MDI розробив декілька он-лайн Посібників про Висвітлення Розмаїття (**Reporting Diversity Manuals**) з метою допомогти журналістам поміркувати над своїми репортажами, зокрема, це стосується розділів „Етнічність”, які дають рекомендації щодо висвітлення етнічних груп та аналіз статей на етнічні теми, відібраних з газет з усієї Південно-східної Європи.

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

- **Mediawise Trust** (Велика Британія) пропонує різні статті, звіти та настанови з найкращих практик щодо висвітлення розмаїття. (<http://www.mediawise.org.uk>)
- В США **Maynard Institute for Journalism Education** радить журналістам перевіряти їхні сюжети за п'ятьма індикаторами, які впливають на життя та на соціальну напругу: раса, прошарок суспільства, стать, покоління та географія. Розглядаючи кожний з них з точки зору висвітлення складних сюжетів, журналісти зможуть більш чітко усвідомити питання та бути більш точним у своїй роботі.

<http://www.maynardije.org./programs/faultlines/>

- Кодекс законів Міжнародної Федерації Журналістів (**The Code of Principles of the International Federation of Journalists**) було переглянуто 1986 року, щоб додати наступну статтю:
7. Журналісту слід усвідомлювати небезпеку дискримінації, яка посилюється ЗМІ і йому слід зробити усе можливе, щоб запобігти поглибленню такої дискримінації на підставі раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних або інших думок, і національного та соціального походження.
- Багато спілок та асоціацій журналістів затвердили свої кодекси етики. Існує багато різних моделей, проте усі кодекси етики і кодекс практик концентруються на фундаментальних цілях місії журналіста. Це не вирішить проблему браку толерантності в ЗМІ, але це може допомогти журналістам звернути особливу увагу на їхню власну відповідальність і допомогти їм розв'язати дилеми.
www.ifj.org. Надсилати повідомлення на електронну адресу: ifj@ifj.org.
- **The International Federation of Journalists** (Міжнародна федерація журналістів) та її складова – Європейська федерація журналістів (**European Federation of Journalists - IFJ/EFJ**) створили Міжнародну робочу групу ЗМІ проти расизму та ксенофобії (**International Media Working Group Against Racism and Xenophobia - IMRAX**) у 90-х роках з метою розробити настанови щодо расизму та розмаїття у ЗМІ. 2007 року EFJ заснувала Ініціативу етичної журналістики (Ethnical Journalism Initiative), щоб підвищити обізнаність серед журналістів щодо викликів, з якими вони можуть зіштовхнутися під час висвітлення все більш поляризованого світу, де часто панує екстремізм в релігії та в культурі.
Документ з прав людини: <http://www.ifj.org/default.asp?Issue=HUMA&Language=EN>
А також для їхніх публікацій щодо професійних стандартів в журналістиці:
<http://www.ifj.org/default.asp?Issue=Quality&Language=EN>
- Сайт „Расизм, Ксенофобія та ЗМІ„ (*Racism, Xenophobia and the Media*) про те, як висвітлювати більш зрозуміло та збалансовано питання, пов'язані з расою, етнічністю та віросповіданням, поважаючи водночас свободу слова та редакторську свободу: http://fra.europa.eu/fra/material/oub/general/euromed_en.pdf.
„Міграція, огляд” (*Migration, an overview*) підготовлено Службою Стратегічних новин (**Strategic Information Service – SIS**) при організації EBU, вивчає вплив ЗМІ на сприйняття міграції як політичної „проблеми” та питання свободи вираження думки у порівнянні зі свободою слова:
http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Media%20And%20Migration_report_tcm6-51853.pdf
Слова та значення: Усвідомлюють могутню силу слів і те, як вони можуть нашкодити і образити, навіть якщо, це було зроблено ненавмисно.
- Коли вказувати етнічне походження або національність? Класична перевірка того, коли доречно зазначити етнічне походження або релігію полягає у заміні тих слів на ті, які описують національну більшість, релігію або расу, і потім судити їх приналежність. Коли вони вміщені у специфічний зміст, вони можуть підсилити стереотипи, і тому їх треба використовувати обережно і лише тоді, коли це може виявитися практичним з точки зору повідомлення, або може зробити його менш зрозумілим, якщо їх не вживати. Слід запобігти негативним наслідкам, в результаті виявлення сюжету.
- Питання розмаїття часто описують словами, які стосуються погоди та води: хвиля імміграції, потоки шукачів притулку ... хвиля, злива, струмок, повінь, затоплювати. Які емоційні приховані тенденції можуть створити ці образи?
- Розробіть свій власний глосарій щодо відділу новин з такими словам як раса, національність, мігранти, емігранти, іммігранти, притулок, асиміляція, інтеграція, багатокультурність та ін., звертаючи особливу увагу на те, як значення цих термінів розвинулося та продовжує еволюціонувати з плином часу.
- Аби допомогти журналістам та широкому загалу ознайомитися з коректними формами, SVT розмістив наступні скетчі на своєму веб-сайті розмаїття:



Загальна інформація

Заохочуйте представників меншин вашого регіону створювати інформаційні бюлетені (довідкові матеріали) і довідники про їхнє життя чи релігію, або зробіть це самі:

- Однією з таких публікацій є „Британські мусульмани: настанови для ЗМІ” (*British Muslim: Media Guide*), автором якої є Іхсан Масуда (Ehsan Masood). В ньому стисло подається інформація і довідник контактів в мусульманських організаціях. Його призначення: показати рекомендовану літературу та навчальні засоби для журналістів-початківців. Це незамінне джерело для усіх тих, хто пише, говорить і взаємодіє з мусульманами, народженими як у Великій Британії, так і за її межами. Цю збірку можна завантажити за такою адресою: <http://www.counterpoint-online.org/download/305/British-Muslims-Book-mailing.pdf>.
- Бі-Бі-Сі має веб-сайт про релігію, що надає інформацію про релігії та релігійні рухи по всьому світу, зокрема про Бахай, Християнство і менш відомі, як унітаріанство, рух Растафарі (Rastafari), т.д. На сайті подається короткий огляд вірувань, історія, ритуали та відомості про відомих людей. На ньому також розміщений календар вихідних днів для усіх релігій. <http://www.bbc.co.uk/religion/religions/>
- Веб-сайт **Reporting on Religion 2: A Stylebook on Journalism's Best Beat** (Висвітлення релігії 2: Підручник зі стилістики про найкращі зразки журналістської практики): www.Religionstylebook.org дає визначення релігійних термінів), а веб-сайт **Stylebook of the South Asian Journalists Association** (Підручник зі стилістики асоціації південно-азійських журналістів) дає визначення слів, пов'язаних з релігіями та соціумами регіону, де ці релігії поширені: <http://www.saja.org/resources/stylebook.html>.
- Є багато сайтів для висвітлення репортажів про Ромів, як-от широкі академічні архіви Ромів, центр документацій: <http://www.radoc.net/>, або інформаційний портал з питань Ромів: <http://www.romea.cz/english/index/php>
Медіа Ромів – мережа, яка розробила „Кодекс поведінки у висвітленні ромів”:
<http://www.rrommedia.net/english/index/php>

Освіта в галузі ЗМІ

Встановлюючи контакти з місцевими общинами, знаходьте представників меншин та експертів, а також заохочуйте їх знайомитися з медіа.

- **Perslink.** Цей данський проект було створено 2003 року з метою покращення контакту між общинами етнічних меншин і ЗМІ та тренінгів для журналістів і представників меншин: (<http://www.perslink.nl>)
Опис англійською інструментів і методології:
<http://www.olmcm.org/dbData/Resources/Perslink%20methodology.pdf>
- „Довідник відносин в ЗМІ для неурядових організацій” – це довідник у форматі **pdf** для асоціацій меншин, який дає поради для розуміння ЗМІ, спілкування з пресою та планування медіа-кампаній.
<http://www.mediadiversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm>
- В межах німецької телерадіокомпанії WDR, департамент редакції іноземною мовою, 24-годинна радіопрограма Funkhaus Europa з особливим наголосом на інтеграцію і телепрограми Cosmo TV перетворилися в компетентні центри з тісними зв'язками з організаціями меншин і общинами. Інші департаменти, зазвичай, звертаються до них, коли шукають експертів для інтерв'ю партнерів.
- **Mediam'Rad** – медіа з питань етносу і розмаїття в Європі займається і наводить мости з центральними ЗМІ: http://www.panosparis.org/gb/migra_mediarnad.php
- Фламандська телекомпанія **VRT** організує „змішані столи” для своїх журналістів і різних груп меншин, щоб обговорити специфічні теми, наприклад, коли потрібно зазначити етнічне походження людини. В цьому разі встановлюються зв'язки між людьми, які за інших обставин ніколи не зустрілися б.
- Miga Media – це датський національний центр експертизи ЗМІ і розмаїття. Він пропонує рекомендації і тренінги для журналістів, професіоналів у сфері ЗМІ та представників груп меншин, як на національному рівні, так і в контексті транснаціональних проектів і партнерств: <http://www.miramedia.nl/uk/europe.htm>
- Іноді ініціативи висуваються зацікавленими особами. Шведський репортер з видання “Sydneytt”, регіонального департаменту новин, зустрічався з восьмома молодими жінками раз на тиждень протягом кількох місяців. Вони навчалися техніці інтерв'ю, допомагали з підготовкою новин, готували свої власні репортажі і практикувалися як ведучі новин. Це означає, що репортери і програми новин отримали нові контакти, і варто сподіватися, що деякі з цих жінок знайдуть себе у телебаченні. Вони також практикувалися в реальних телестудіях, і їхні репортажі потрапляли до ефіру у новинах.
- Німецька телекомпанія **WDR** має файл „Іслам” (Islam file) – веб-сторінка, що містить усі випуски передач і новини цієї телекомпанії про Іслам і життя мусульманських громадян в Німеччині, включаючи тексти і завантаження: <http://www.wdr.de/themen/homepages/islam.jhtml>

Слухання: Дізнайся, що належить сказати представникам меншин, які працюють в телерадіокомпанії або є серед глядачів. Перше місце, з якого доведеться зрушити, може бути в межах твого робочого місця, бо там може бути більше колег з числа представників меншин (на різних рівнях та на різних посадах), ніж ти очікуєш. У них, можливо, буде дивне сприйняття робочого місця, взаємин у відділі новин та відібраних сюжетів.

- **Look Who's Talking: Cultural Diversity, Public Service Broadcasting and the National Conversation** з Мукхі Джейн Кемп'юн (Mukti Jain Campion) – дуже цікавий звіт, що базується на інтерв'ю з понад тисячою продюсерів програм усієї телеіндустрії Великої Британії. Ці інтерв'ю торкаються багатьох аспектів процесу створення програм, чому в них можуть ігноруватися голоси представників меншин на всіх етапах – від замовлення та виробництва телепродукту до вироблення сітки програм та пропаганди. У звіті аналізується, чому ще досі так мало представників меншин займають вищі посади у виробництві продукту творчості: <http://www.nuff.ox.ac.uk/guardian/>
- **The Authentic Voice: The Best Reporting on Race and Ethnicity**, (Columbia University Press, 2006) цей комплект складається з DVD та книжки, до якого додається веб-сайт www.theauthenticvoice.org з додатковими ресурсами, спрямованими на допомогу журналістам, вихователям і представникам громад, щоб покращити відносини між людьми різних рас та етносів.
- „Бути впевненим, що твої новини призначені для широкої аудиторії – вже не просто правильний підхід. Це стає справою виживання. Оскільки нові технології несуть загрозу зруйнувати аудиторію теленовин, кожен слухач та глядач має значення”. **The Radio-Television news Directors Association** (RTNDA) в США розробили „Пам'ятку щодо етнічного розмаїття”, яку можна дістати он-лайн або замовити, і до якої входять інтерв'ю з професіоналами – представниками меншин, менеджерами, а також уривки новин, які можна переглянути у виробничих приміщеннях. http://www.rtna.org/pages/media_items/diversity-toolkit540.php
- Бі-Бі-Сі має на своєму веб-сайті зворотній зв'язок з глядачем та систему подання скарг. Процедура є чітко описана, і будь-який глядач може написати й очікувати на відповідь протягом 10 днів. Якщо відповідь незадовільна, то можна вдатися до інших дій: <http://www.bbc.co.uk/complaints/>
- **WDR**: в 2005 році група представників Рома сприйняла програму про „Ромів – викрадачів дітей” як упереджену та позбавлену співчуття. Телекомпанія відреагувала, запросивши представників Рома обговорити зазначену проблему і погодилися з критикою. Діалог між продюсерами програм та представниками Рома продовжується.
„Робота була цікавою, але вона мені не сподобалася, бо інші журналісти з щоденних новинних програм і знімальна група не розглядають розмаїття як важливе питання. Варто зазначити, що іноді я відчуваю, що з мене вже вдосталь питань розмаїття, і я б воліла висвітлювати щось більш важливе, що було б цікавим широкому загалу” (Хана Гелб, журналіст меншин, НРТ, Хорватія).

Розділ 9

За робочим столом

Питання з працевлаштування – суть проблеми. До тих пір, доки спільноти меншин не будуть представлені в складі організацій телерадіомовлення, буде важко розглянути проблеми, які їх стосуються безпосередньо належним чином. Світ телерадіомовлення, зокрема особи, що займають високі керівні посади, складається з індивідів, що представляють більшість. Нещодавно туди входили переважно чоловіки. Жінкам знадобився певний час, щоб досягнути вищого рівня, але багато з них мали успіх. Проте меншини все ще залишаються недостатньо представлені. Як чоловікам, так і жінкам зі спільнот меншин ще належить зробити значний внесок у цю справу. Їх перевага в тому, що вони бачать світ з іншої точки зору. Вони можуть мати кращий доступ до інформації в деяких ключових регіонах, як у себе на Батьківщині, так і за кордоном. Вони зможуть принести додаткові переваги нашому випускові новин і усім нашим програмам загалом. Звичайно, легше найняти когось, хто вже знає справу і розвинув свої професійні якості. Таким чином, потрібно вжити особливих заходів, щоб підтримувати рівновагу в публічній діяльності, знайти і підготувати представників меншин для роботи на радіо і телебаченні. Потрібно заохочувати молодих іммігрантів вибирати професію пов'язану зі сферою ТВ і радіомовлення. Потрібно їх знайти, найняти на роботу, навчити та інтегрувати у робочу атмосферу на даному місці роботи.

Знайди нові таланти ... в навчальних закладах...

Заохочуйте навчання ЗМІ серед молоді та груп меншин таким чином, щоб вони навчилися розуміти повідомлення ЗМІ, щоб їх голоси були почутими і щоб вони думали про кар'єру у сфері ЗМІ.

- **CREAM Plus** - Всеєвропейський проект з пропаганди освіти і дослідження в сфері медіа і розмаїття. Однією з головних його видів діяльності - це організація (як і у більшості європейських державних компаній телерадіомовлення) ДНЯ ЗМІ для учнів середньої школи. Щороку, один день на рік, учасники телерадіопередач відчиняють двері своїх студій для студентів, які можуть відвідувати різні майстерні. Паралельно також організовуються освіта у сфері ЗМІ для вчителів та шкільних тренерів. <http://www.olmcm.org/>
- Як саме працюють образи та ЗМІ? Що таке стереотип? Компанія **WATCHING THE MEDIA** (Спостерегаючи над ЗМІ) пропонує як і інформацію, так і діяльність в групах, щоб краще зрозуміти того, як працюють ЗМІ та розробити критичний аналіз, і таким чином, зробити внесок у боротьбу з будь-якими формами дискримінації. Комплект створений за підтримки Європейської соціальної мережі (European social network), включає буклет та CD-ROM, який можна замовити французькою, німецькою та англійською. <http://www.apte.asso.fr/>
- **Digitales** - проект з переказування різних історій, в яких молоді люди з усієї Європи знімають короткі фільми про своє життя і так навчаються писати текст, записувати коментарі та видавати фото та малюнки. <http://www.digi-tales.org>
- **VRT** заохочує молодих підлітків думати про кар'єру на телебаченні та радіо, організовуючи «дні виходу в суспільство» для учнів під час їх останніх років навчання у середній школі аби пояснити як працюють ЗМІ та запропонувати привабливу брошуру «Роботи в ЗМІ», в яких містяться інтерв'ю з молодими професіоналами, які пояснюють, що вони роблять і як вони отримали роботу. Ця брошура доступна на цьому веб-сайті: http://www.vrt.be/vrt_master/over/overdevrt_diversiteit_schermen/index.shtml
- **Skillset** фінансується урядом Великої Британії і надає інформацію про роботу в усіх галузях цієї індустрії, статистику, веб-ресурси, декларацію програмних принципів. <http://www.skillset.org>
- Репортер на головних новинах в SVT зв'язався з трьома школами в околицях Стокгольму та за допомоги директорів шкіл відібрав десять учнів, щоб кожен з них провів один тиждень у відділі новин. Колег запросили на роль спонсорів, вони обговорювали громадські послуги та журналістські новини в школах. Мета – збільшити обізнаність про щоденне життя в тих зонах, щоб таким чином урізноманітнювати теми в новинах і заохочувати молодих людей з інших міст і не міських зон обирати професію журналіста.

... на радіо

- Датська телерадіокомпанія **NPS** розпочала трьохгодинну радіопередачу годин в будні дні, створена міською молоддю, яка стали їх голосом. В результаті на NPS радіо з'явилося багато нових талантів, і потім на NPS телебачення.
- **WDR**: багатокультурна радіопрограма «Funkhaus Europa» організує регулярні майстерні, щоб покращити професійні навички авторів програм з сімей мігрантів.

... і в спільнотах

Створюйте мережі між медіа компаніями і компаніями для підбору персоналу: не використовуйте тільки традиційні канали для об'яв про роботу, використовуйте місцеві ЗМІ та мережі.

- **NPS** приєднується до багатокультурного фестивалю, іноді беручи участь та виступаючи в ролі спів інвестора і роблячи телепрограми про фестивалі.

- Щорічний Європейський тиждень ЗМІ і розмаїття (“**European week of Media and Diversity**”) було засновано в 2003 році, щоб висвітлити потребу в більшій різноманітності в ЗМІ та розпочати новий конструктивний діалог між медіа професіоналами, НУО та аудиторією меншин. Його цілі «дібратися більш єдиного європейського суспільства, коли голос дається усім громадянам, більше якості в журналістиці та у створенні програм і тому економічний успіх для медіа, відповідати очікуванням аудиторії меншин». <http://www.olmcm.org/>

Як ти можеш вказати кого ти шукаєш?

Навіть якщо етнічне походження не можна визначити в об’яві про пошук персоналу, існують шляхи для того, щоб показати ґрунтовний інтерес у працевлаштуванні персоналу з представників меншин:

- В 2005 році **WDR** додала речення: «WDR пропагує розмаїття в компанії, тому ми вітаємо кандидатів емігрантського походження» в об’явах, яка вже містила подібні речення стосовно жінок та непрაცездатних людей.
- **SVT** додає до цих об’яв, що «досвід або знання інших культур, релігій та мов дуже ціниться».
- **NPS** виражає себе в медіа, як багатокультурна компанія теле – і радіомовлення Голландії, шукає талановитих людей зі знанням різних культур.
- Цілі стосовно кадрових ресурсів на Англійському Регіональному **BBC: (BBC English Regions)** підбору персоналу і просування по службі.

Щоб підтримувати високий рівень шляхом збільшення і розширення кола кандидатури, посади в сфері реклами містять вимогу щодо «необхідного розуміння різних общин». Це знання - одна з компетентних вимог, яку розглядають, і, яка дозволяє зараховувати кандидатів з широкою підготовкою.

Залучення нових талантів

Пам’ятайте, що роботодавці прагнуть наймати на роботу людей, з якими вони відчують себе зручно, які мислять як вони.

- **FAIR-Future Adapted Inclusive Recruitment** - метод розроблений в Швеції, мета якого знайти кращу кандидатуру, водночас не виключаючи різноманіття. Метод надає рівні можливості для всіх під час даного процесу підбору кадрів, дотримуючись неухильно питань щодо компетентності і уникаючи неочікуваних питань. Ось що говорить менеджер: «Після того, як я найняв сотні людей на посаду продюсера, я був скептично налаштований. Але після використання методу FAIR, я змінився. Він надав мені інструменти порівняння кандидатів один з одним, і я борюся за те, щоб кожен з них використати. FAIR це блискучий метод підбору персоналу». (Дивіться додаток 1 для опису процесу). FAIR була розроблена організацією ЕС Рівноправне партнерство (EU Equal partnership), куди належить SVT. www.equalfair.se
- Заходи **Move on Up – BECTU**, незалежний союз теле –и радіо мовлення та працівників розваг, організує заходи, які дозволяють талановитим професіоналам, які хочуть встановити контакти і шукають нові можливості, зустрітися з високими виконавцями з мережі організацій. Заходи **Move on Up** спрямовані на професіоналів темношкірих та професіоналів представників етнічних меншин, які шукають нові можливості в ЗМІ. Нещодавно, заходи були зосереджені на новинах і понад 70 виконавців телебачення, друкована преса і радіо були доступні на кожній зустрічі з професіоналами, які шукають розвитку в свої кар’єри. <http://www.bectu.org.uk/news/gen/ng0291.html>
- Проект Рутс (**ROOTS project**): Чотирирічне партнерство між Англійським Регіональним ВВ (BBC regional) і Радою мистецтв Англії (Arts Council) було розроблено, щоб знайти нові голоси та таланти з етнічних меншин, розвинути їх і дати їм доступ до внутрішніх мереж. Було призначено 11 регіональних координаторів. Їх задача полягала - встановити контакт з новими талантами в їх регіонах, надати їм можливість виступати перед новою аудиторією через програми BBC і мистецькі заходи. Роблячи внесок до програми BBC, артисти підвищували зв’язок і розуміння між людьми різного походження. Взаємодія з артистами на місці означало, що журналісти налагоджували нові зв’язки. Місія проекту - нові голоси в ефірі і нові перспективи програмування. **Pact**, торгова асоціація ЗМІ Великої Британії, розробила **Pact Diversity Guide** (Довідник з розмаїття), щоб допомогти їх членському незалежному виробництву і компаніям розповсюдження покращити розмаїття в межах їх сектору. Він дає поради і приклади застосування розмаїття в їх широкому смислі. <http://www.employers-forum.co.uk/www/bcidn/manifesto/2006-action-plans/pact-dcidn-report/pdf>
- **BBC English Regions** досі зберігає неуспішні, але цікаві кандидатури на посаду в базі даних, тому коли з’являється інша робота, з ними можна зв’язатися знову і спробувати. «Один з уроків, з яким треба поділитися з колегами полягає у тому, що навіть працюючи над інтеграцією та займаючи проактивну позицію у сапівробітників, які є іммігрантами, наголос завжди повинен робитися на якості і потенціалі. Наш досвід свідчить, що поблажливості не спрацьовує. (Гуальтьєро Замбоніні, комісар з питань інтеграції та культурної різноманітності WDR).

Зустрічаємо нові таланти

... коли робоче місце стає всеохоплюючим, що означає забезпечення тренінгів для штату у галузі культурної компетентності. Наприклад, це допомагає якщо вони знають про святі дні в різних релігіях.

- **NPS** проводить курс багатокультурної компетентності для всього персоналу. Це означає запрошення експертів з общин меншин на зустріч зі створювачами програм. Вони також організують спеціальні інформаційні майстерні для програмістів на тему Ісламу і як співпрацювати з багатокультурними суспільством в їх програмах.
 - В грудні 2007 року **WDR** планує «День розмаїття» з метою пропаганди культури прийняття розмаїття в межах теле і –радіомовлення, спрямований на співробітників і менеджмент корпорації. WDR має програму для усіх своїх 4, 400 співробітників, яка називається «мобільність та гнучкість». Вона включає можливості для всіх обрати повністю новий департамент в межах компанії, де вони можуть працювати 4 тижні та збирати нові досвіди, наприклад, в одній з їх багатокультурних програм.
 - Профсоюзи журналістів, професійні організації та спільні дії цих організацій можуть зіграти головну роль у покращенні сюжетів про позиції меншин в робочій силі, так само як і підвищення обізнаності і покращення стандартів якості розмаїття ЗМІ. Організації журналістів повинні взяти за правило рівноправне представництво меншин серед персоналу. [www. ifj.org](http://www.ifj.org)
«Я почав працювати як журналіст Рома та продюсер документальних фільмів на телебаченні 15 років тому. Протягом цих років, не дивлячись на маленькі перемоги, мені довелося боротися проти невігластва щодня. Сподіваюсь, що це зміниться одного дня». (Джанос Дароктці, успішний продюсер документальних фільмів, MTV).
- Щойно ви найняли на роботу новий талант з представників меншин? Підтримуйте і навчайте його/її**
- «Внутрішнє навчання є вирішальним для кожного новачка. Дуже важливо мати постійне навчальні програми для нових людей, що приєднуються до компанії. Тому вони дізнаються про кампанію і отримують навички, які їм необхідні, також і в справах розмаїття» . (Рекомендація з 2006 року Конференції в Ессені «Міграція та Інтеграція, найбільший виклик для Європи. Яку роль відіграють медіа?»).
 - З 2000 року, **NPS** створила чотири однорічні програми навчання для талановитих журналістів, продюсерів і програмістів з представників меншин. Програма дуже вдала, і більшість навчених зараз досі працюють в ЗМІ. Дуже важливо добре відбирати таланти, обговорюючи як вони пристосувались до групи і бути дисциплінованим у мотивації талантив, відвідувати усі збори і виражати себе якомога більше. Важливо отримувати оцінки кожні 2 тижня та уважно слухати думки учасників. Чим більше навчання пристосоване до учасників, тим більш вдалим воно буде і залучить нових талантив до роботи в нашій компанії.
 - Дуже важливо підтримувати практикантів, оскільки вони входять зараз в організацію. У **BBC** є діюча програма з управління. (Дивіться вкладення 2 для керівництва з навчання). «З усіх навчальних програм, які я пройшов, вигода взаємна як для учня, так і для того, хто навчає, де навички та обізнаність досягається з обох сторін. Це часто виглядає як сюрприз для керівників, які на початку відчувають, що вони беруть участь із-за більш альтруїстичних причин. Були випадки де працевлаштування також мало результат, але більш фундаментально, наставляння також допомагало розв'язати забобони та побудувати стосунки на розумінні». (Роузет Тайбхан, відділ навчання та розвитку **BBC**).
 - Щороку осередок розмаїття у **VRT** організовує позитивні акції, щоб дати людям з групи меншин можливість отримати досвід працюючи у ЗМІ. В об'явах про роботу, люди етнічного походження або інваліди особливо заохочуються до співбесіди, а вакансія поширюється шляхом загальних або особливих мереж (організації, веб-сайти) меншин. The placement are in activities such as research or production assistance in an editor's office. Залучення в такий вид діяльності як дослідження або помічник редактора видавництва на одному з головних каналів телебачення, радіо і он-лайн програми. Водночас, вони можуть дозволити внутрішнє навчання у **VRT** в таких сферах як видавництво, постановка голосу, постановках для радіопрограм, т.д. Нові практиканти оцінюються кожні два місяці, разом з їх наставником або головним журналістом, на яких вони посилаються під час свого періоду навчання.
 - Фінський проект **YLE Mundo**, заснований програмою ЄС ESF Рівна Програма (EU ESF Equal Programme) , включала дворічне навчання ЗМІ та робочу навчальну програму для етнічної молоді з меншин. Їх загальна мета була «стерти, або навіть викоринити, відмінності між етнічними фінами та іммігрантами». Результатом цієї програми на першому етапі була підготовка 24 професіоналів у сфері телебачення, створення моделі навчання і робочої навчальної програми для багатокультурної групи, і телевізійної програми. Проект Mundo (2004-2007) зробив багато для вирішення питань з розмаїття в **YLE** і загалом у фінських ЗМІ. Цю концепцію можна застосувати і в інших країнах.
http://ec.europa.eu/employment_social/equal/practical-examples/employ-0-undo_en.cfm
 - З 2005 року, проект “WDR - grenzenlos” (WDR- Boundless) ввів нових журналістів з емігрантським походженням у **WDR** і у галузь теле і –радіомовлення. Щороку, десятьом молодим талантам дається шанс відвідувати 4-тижневі практичні заняття у різних підрозділах **WDR** та двотижневе теоретичне навчання для журналістів. Більшість молодих журналістів, які пройшли через програму “WDR - grenzenlos” залишилися у ТРК або як позаштатні видавці, або як молодші оператори монтажу (редактори). Розпочавшись в цьому році, програма повинна бути розширена, щоб охопити ще й техніків. <http://www.grenzenlos2007.de/>
 - Під час конференції «Міграція та інтеграція, найбільший виклик для Європи. Яку роль відіграють ЗМІ? В 2006 році в місті Ессен, було створено міжнародну журналістську програму “Boundless” («Безмежний»).

Цього року 20 молодих журналістів пройдуть відбір на роботу в сфері мультімедіа, працюючи з темами, що стосуються 2008 року – Року міжкультурного діалогу. Мета програми – підтримати транснаціональні та міжкультурні компетентні якості молодих журналістів, роблячи внесок у розвиток діалогу між культурами.
<http://www.integration-media.eu/>

Розділ 10

Оцінка досягнень

В деяких країнах законодавство унеможливує розмежування представників більшості та меншості у будь-якому дослідженні або статистиці. Однак це не виправдовує відсутності спроби оцінити досягнення, зроблені телерадіокомпанією, або дізнатися думку глядачів. Єдиний спосіб доведення досягнутих цілей полягає в оцінці їх впровадження. Цілі повинні бути вказані як щодо програм, так і щодо питання людських ресурсів, які здійснюють регулярний моніторинг, про який щорічно звітують. І хоча найкращий спосіб оцінки реакції глядачів-меншин щодо програм досі не розроблено, існують якісні методи і підходи, які можуть вказати на тенденції і потреби певного кола глядачів. **«Відбуваються зустрічі, лунають чудові ідеї, але до справ руки не доходять»**, - **телевізійний продюсер Великої Британії.** (з **«Look Who's Talking» by Mukti Jain Campion**)

Визначайте свої цілі та відслідковуйте результати:

- BBC встановила цілі, щоб переконатися в тому, що розмаїття відбувається в ефірі і за його межами. Визначені цілі супроводжувалися низкою ініціатив з метою пропагування розмаїття серед робочої сили, а також у змісті викладеної інформації. В межах корпорації BBC відбуваються зустрічі з метою перегляду цілей щодо створення образу чорношкірих, етнічних меншин та інвалідів на екрані. Також є певні цілі щодо поширення розмаїття серед робочої сили, які треба виконати до грудня 2007 року, так наприклад на BBC 12.5% персоналу складають чорношкірі і етнічні меншини в цілому.

- Згідно з законом, 20% телевізійних програм на NPS та 25 % радіопрограм на цьому каналі повинні стосуватися теми розмаїття культур. Якщо вони не досягнуть цього відсотку, з NPS буде стягнуто штраф керівництвом ЗМІ. Загалом, в німецьких організаціях телерадіомовлення, усі нові ідеї стосовно програм оцінюються в залежності від їх зв'язку з темою розмаїття культур.

- Досягнення France Télévisions переважно якісні, але позитивна діяльність у цьому напрямку, що розпочалася у 2004 році, аналізується щорічно, тоді як реакція глядачів оцінюється. Висновок полягає в тому, що лише половина глядачів Франції помітили досягнення, це означає, що телебачення поки що не представляє повне розмаїття населення.

- France Télévisions проводить статистичне дослідження щодо розмаїття серед груп робочого персоналу, з метою виявлення того факту, чи етнічне походження є перешкодою для розвитку кар'єри. Оскільки у Франції будь-яка форма дискримінації, чи то негативна чи позитивна, на основі етнічного чи географічного походження, є порушенням конституції, вона контролюється CNIL – французьким органом захисту конституції.

- Європейський день моніторингу ЗМІ (The European day of Media Monitoring) було розпочато мережею Online/More Colour in the Media, до якої входять партнери з різних європейських країн. Для перегляду звітів та методології прогляньте наступну веб-сторінку: <http://www.multicultural.net/edmm/index.htm>

- Кожні два роки, департамент досліджень VRT робить моніторингове дослідження (у співробітництві з різними фламандськими університетами) щоб відслідкувати як теми меншин висвітлюються на різних фламандських телевізійних каналах, включаючи їх три власні канали (One, Canvas, Ketnet). Результати повідомляються усім авторам програм в межах VRT: преса, громадські організації. Зазначені результати можна брати до уваги в процесі створення нових програм і нової політики.

- Національне опитування «Мігранти і ЗМІ 2007» проведене спільно з ARD та ZDF, що досліджувало ставлення ЗМІ стосовно мігрантів в Німеччині, встановило декілька важливих фактів з цього приводу. Спочатку, опитування показує що мігранти дивляться німецьке телебачення щоденно. В цьому випадку, опитування підтверджує, що не існує «паралельного суспільства» щодо користування ЗМІ, і, таким чином відкривається шлях до успішної масової інтеграції іммігрантів у Німеччині. Відповідно до результатів дослідження, мігранти, особливо турки, також використовують ЗМІ своїх рідних країн, що являє собою місток між їхніми культурами і мовами. Але ЗМІ країн проходження використовуються значно рідше, ніж німецькомовні програми. Відтак, знову підтверджується той факт, що добре знання німецької мови є передумовою для інтеграційної функції німецьких ЗМІ. Мігранти дивляться телебачення з однаковою частотою, що й німецька аудиторія, переважно для розваги. Громадські ЗМІ менш доступні глядачам-мігрантам, аніж етнічним німцям, але вони ціняться своєю компетентністю та надійністю.

Інститут журналістики Роберта С. Мейнарда (Robert C. Maynard) має спосіб оцінювання, розміщений на веб-сайті, так звану «Справжню оцінку», що дозволяє агенціям швидко і легко оцінювати розмаїття їхніх джерел інформації і компетентність їхніх друкованих видань. <http://mendota.english.wisc.edu/~danky/realitychecks.pdf>

- Представники груп меншин регулярно запрошуються взяти участь у моніторингу відібраних програм радіо і телебачення на WDR. Така група пізніше була запрошена подивитися, а потім обговорити

останній фільм: “WUT” телеканалу WDR, де розповідається про ситуацію з молодими мігрантами, особливо про проблему насилля.

- Група спостереження: Рівність і Розмаїття, заснована в YLE в 2004 році встановила:
 - Зустрічі-обіди з представниками індивідуальної групи меншин в 2005 році;
 - Опитування про очікування меншин від громадської телерадіокомпанії в 2006 році;
 - Семінари по ситуаційному дослідженню щодо змісту програм на телебаченні, присвячених питанню меншин в 2006 році.
- **NPS:** програми з багатокультурної тематики відслідковуються тим самим способом, як і всі інші програми щодо якості змісту і рейтингу. Чим більше програма з питання багатокультурності спрямована на широку аудиторію, тим більше в неї можливостей бути трансльованою в найкращий час для телеглядачів. Чим більше програма специфічна або спрямована на маленьку аудиторію, тим скоріше її витіснять із зазначеного часу. Всі багатокультурні програми повинні мати визначене коло глядачів. Розширюючи своє поле діяльності, NPS перша випробувала нові програми в суботу і в неділю вдень.
- **BBC English regions** розробив базу даних і комп'ютерне забезпечення “Образу меншин”. База даних використовується як допоміжний інструмент в процесі визначення якості представлення розмаїття у всіх програмах BBC. Вона розроблена, з метою застосування для різного типу аудиторій, а також є засобом моніторингу й оцінки кількості і якості програм. Зміст відслідковують два тижні кожного місяця шляхом аналізу змісту щодо розмаїття. Моніторинг складається з таких дій:
 - Розподіл доповідачів конференції там, де поширюється трансляція
 - Відсоток тих осіб, які роблять свій внесок до змісту:
 - Чоловік: Жінка
 - З кожної етнічної групи (як вказується переписом)
 - Бути нездатним
 - Зміна цих співвідношень серед визначених тем (спорт, політика)
 - Співвідношення між кожними з цих категорій.
 - Довжина часу трансляції, короткий кліп, довше інтерв'ю або головний доповідач.

«Все що вимірюється як правило виконується». «What gets measured gets done»: про це стисло йдеться в матеріалах Diversipro, канадської спеціальної організації з питань розмаїття, яка також дає пораду стосовно запровадження принципів розмаїття в межах організацій.

<http://www.diversipro.com>

Розділ 11

Як керувати «розмаїттям»?

Представники меншин - частина нашого суспільства, так було є і буде. ЗМІ відіграють важливу роль в інтеграції меншин забезпечуючи, щоб питання меншин, міграції, біженців та шукачів притулку були висвітлені справедливо та пропорційно, відображаючи їх позитивний внесок у суспільство та захищаючи їх від створення негативних стереотипів. Як можна змінити погляди в межах ЗМІ? Це можливо лише тоді, коли вище керівництво закликає до відкритої підтримки розмаїття, коли останнє подається як таке, що має позитивне значення і є викликом для творчої діяльності. Щоб цьому сприяти, компетентність в культурних питаннях має стати пріоритетною та важливою частиною. Це проявляється в ролі “зобов’язання” щодо розгляду зазначеної проблеми. Однак, можливо, слід подивитися з іншої сторони на це питання і не розглядати його як нав’язане перевтомленому персоналу. Слово, яке розпочинається з літери «Р» одне з таких, що починає нести негативне значення. Чому б не поглянути на це як на сприятливий момент для нововведень, позитивно ставитися до нових ідей, нових точок зору, і таким чином сприяти збільшенню нашої аудиторії? Це момент для започаткування нової справи, збагачення нашої сфери діяльності, урізноманітнення програм та розширення наших горизонтів.

Політика розмаїття

Зараз зобов’язання багатьох компаній радіомовлення докладно роз’яснені у їхніх статутах і внутрішніх правилах. Наприклад:

- «France Télévisions зобов’язалася відображати питання розмаїття французького народу і висвітлювати його у творчій формі, за рахунок започаткування нових програм, співпраці з людьми, діяльності акторів і журналістів і всіх тих, хто вийде в ефірі.
- BBC: віддана ідеї відображення розмаїття аудиторії Великої Британії як в межах свого персоналу, так і на телебаченні, радіо та он-лайн програмах. Метою є відобразити народ сучасної великої Британії крізь призму статі, віку, національності і культурного розмаїття, працевлаштуваності, релігії, соціального походження та сексуальної орієнтації. BBC робить користь для суспільства шляхом відображення етносів, регіонів і спільнот Великої Британії; шляхом надання прав багатьом спільнотам Великої Британії аби побачити, що вони мають спільного і відмінного. BBC прагне побудувати соціальну згуртованість та толерантність шляхом більшого порозуміння. Короткий виклад політики BBC: <http://www.bbc.co.uk/info/policies/>
- YLE: підтримує та захищає досвід сприйняття різних груп населення і їх індивідуальних членів в межах однієї спільноти на рівноправній основі. Завдяки своїм діям, YLE створює умови за якими розмаїття буде схвалено у Фінляндії. Служби для захисту меншин та особливих груп, навіть у програмах головних каналів, передають публіці базові цінності компанії. Як місце роботи, YLE буде рівноправним, толерантним, таким, що не дискримінує та більш багатокультурним, ніж зараз. <http://www.yle.fi/fbc/palvelustrategiaEng.pdf>
- SVT має «Політику етнічного та культурного розмаїття в межах SVT», яка говорить: Для SVT, етнічне та культурне розмаїття означає, що програмування каналу та служби мають відображати той факт, що Шведська нація складається з народностей різноманітного етнічного та культурного походження. Це також має бути відображено у складі персоналу SVT. Всередині SVT ніхто не може зазнавати дискримінації на підставі національності, переконань або культурного походження. <http://www.svt.se/content/1/c6/32/42/79/policy2005.pdf>

Результати

Проте аби ці напрямки діяльності стали чимось більше, ніж слова, їх практичне впровадження, результати якого наявні у сфері навчання, найму та управління, щороку має бути переглянуто і переоцінено.

- В червні 2007 року, BBC видала заяву: «Дирекція BBC одногосно вирішила не брати договірні бонуси на фінансовий рік 2006/2007».

Керівники посилалися на розмах виклику, який постане перед BBC, щойно він увійде у новий ліцензійний збір і врахували ймовірні наслідки для своїх колег. Вони також погодилися, що хоча BBC зробив прогрес у вирішенні проблеми розмаїття, вони б не виконали деякі особливі зобов’язання, які вони взяли на себе щодо кількості робочої сили до призначеної дати.

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

- Керівництво також повинно показувати активну підтримку розмаїття, беручи участь у заходах, семінарах та святкуваннях. Якщо директор присутній – персонал теж буде присутній, вони познайомляться з новими людьми, побачать нові програми і збільшать свою обізнаність з питання розмаїття і наявних можливостей.

Аналізуйте те, що ви робите

France Télévisions розпочала проект “Diversity Study” («Дослідження розмаїття») особливо розглядаючи такі питання, як упередженість, свідому чи підсвідому, та приховане або неприховане використання

стереотипів. Іноземна консалтингова фірма провела індивідуальні інтерв'ю з менеджерами та співробітниками по всій групі, визначаючи та аналізуючи спільні сприйняття з наміром установити нові вимоги до навчання, більш об'єктивні заходи найму і вирішити ширші питання стосовно керування розмаїттям. Як результат, для усієї групи, буде випущено ряд робочих рекомендацій.

Зробіть компетентність в культурних питаннях пріоритетом діяльності і важливим елементом розвитку

- WDR працює над концепцією оцінювання програми “Менеджмент розмаїття” (Diversity Mngement), яка має увійти до складу тренувальної програми менеджменту до кінця року.
- SVT: в усіх тренінгах для нових керівників є обов'язковий розділ про політику розмаїття і її принципи.
- BBC розробив навчальний модуль он-лайн про редакційну політику. Цей модуль являє собою добровільне опитування спрямоване на те, щоб персонал став більш поінформованим з проблем сприйняття та упреджень.
- На France Télévisions, «Pluriel media (з фр. «Різноманітні ЗМІ») – Рівноправна програма ЄС (EU Equal Programme) була ініційована з метою підвищення обізнаності, мотивації та навчання управлінню персоналом, щоб залучити розмаїття до всіх аспектів діяльності. «Vade-mecum» (в перекладі з фр. кишеньковий довідник, путівник) з семи пунктів був розподілений між персоналом та іншими партнерами, щоб зацікавити їх у використанні критеріїв розмаїття у своїх проектах.

Як реалізувати мету політики розмаїття

- «Міграція та Інтеграція – найбільші виклики для Європи. Яку саме роль відіграють ЗМІ? Конференція в Ессені 2006 року організувала робочу групою з професіоналів в сфері ЗМІ. Розроблений ними список рекомендацій був результатом конференції. (Дивитися Додаток 3 про рекомендації Ессену).
- Чи варто створювати новий департамент з питань розмаїття або дозволити займатися цими питаннями вже існуючим департаментом? Чи слід мати особливі програми для меншин або розмаїття має бути домінуючим?

Звичайно, існуючі національні фактори вплинуть на політику, проте ось чотири різних шляхи організації розмаїття в межах структури радіомовлення.

Не вибирайте між одним чи іншим. Хоча, вам, звичайно, слід визначити основний напрямок проведення політики розмаїття, при цьому, маючи програми націлені на глядачів в якості представників меншин, де вони теж могли б бути задіяні. Це не обов'язково означає випуск програм для гетто, адже телебачення для всіх». (Інгер Етзлер, экс-голова багатокультурного центру, SVT)

Особливі вузькоспеціалізовані програми (niche programmes) для національних меншин

HRT Croatia

Закон про хорватське радіо та телебачення містить зобов'язання виробляти та транслювати програми для національних меншин, проте немає особливої статті про розмаїття в статуті HRT. Запит на фінансування можна зробити до уряду, але наразі такого документу немає. HRT зараз на дуже ранній стадії розробки структури розмаїття. Менеджмент відкритий до програм розмаїття, однак наполягає на якості, а не на кількості. Департамент з питань національних меншин, емігрантів та громадянського суспільства, один з п'яти департаментів новин і найбільший за кількістю журналістів та об'ємом новин. Цей канал створює тижневі журнали і ток-шоу для національних меншин Хорватії, для хорватів, що живуть закордоном, для непрацевдатних, осіб похилого віку та осіб, які були задіяні у громадянську війну, а також програми про навколишнє середовище. Канал виступає продюсером документальних фільмів з цих проблем та бере участь в Європейській багатокультурній документальній колекції City Folk. Зі своєю репутацією в Новинах, департамент має міру впливу на порядок денний програм новин, але цей вплив заснований, переважно, на неформальній дискусії з видавцями з інших департаментів. Національні меншини складають біля 7.4% населення, вечірні новини присвячують ним 1.1% свого часу. Представники меншин задоволені спеціалізованими тижневими шоу, але не задоволені своїм представленням, в цілому. HRT наймало на роботу журналістів з представників меншин лише один раз: в 2004 році хорватський уряд виділив фінансування на освіту молодих журналістів з представників меншин. Департамент з питань національних меншин, емігрантів та громадянського суспільства організував чотири семінари для 30 молодих людей з 15 груп меншин. Семеро з них пізніше найняли в якості фрілансерів. Їх добре приймали у департаменті з питань меншин, однак в інших департаментах спочатку їх вважали «політично налаштованими». Лише через деякий час, особливо коли їх почали визнавати, в якості перекладачів і прямих каналів зв'язку зі спільнотами меншин, вони були прийняті.

Відділи розмаїття: VRT, France Télévisions, BBC

VRT

В 2003 році фламандська компанія телерадіомовлення видала Хартію розмаїття (Charter for Diversity), яка стала основою для формування відділів розмаїття. Проведення політики розмаїття розпочинається у верхах і переходить на наступні рівні, заручившись, таким чином, підтримкою керівництва, але не будучи, при цьому, принциповою для впровадження. Відділ розмаїття складається з двох осіб. Вони встановлюють

мережі зв'язку з об'єднаннями меншин, молодіжними організаціями та міжкультурними ЗМІ з подвійною метою - пошук талантів та контакти з можливими учасниками в програмах. Позитивна дія – не позитивна дискримінація або доля участі – застосовуються як засіб розширення доступу меншин до загальної діяльності, покращення представництва різних національностей і непрацевдатного населення на ринку праці. Вони також ініціюють тренінг з підвищення обізнаності та підтримки розмаїття разом з їх колегами та забезпечують детальні контакти експертів з питань меншин. Не існує прямого впливу на політику розмаїття щодо змісту програми, проте система діяльності розмаїття дає поради про включення зазначених питань в процес визначення загального напрямку політики розмаїття. В Бельгії, реєстрація та моніторинг національностей з метою дослідження складу аудиторії, заборонена. Це дозволяється проводити тільки на добровільній основі, тому, поки що не було проведено оцінку наслідків проведення політики розмаїття для складу команди, яка займається збиранням і обробкою новин. У 2004 році VRT провела перше широкомасштабне дослідження, щоб виявити як, і на скільки часто люди іноземного походження з'являються у всіх фламандських головних телецентрах, включаючи і комерційне телебачення. В результаті дослідження було складено рекомендації для авторів програм та журналістів та про подальше застосування засобів для оцінки розмаїття в процесі формування програм.

France Télévisions

У 2000 році ЄС оприлюднила директиву про позитивні дії. В розділі 5 говориться: «З метою забезпечення повної рівноправності на практиці, принцип рівноправного ставлення не повинен запобігати, тому, щоб будь-яка держава член підтримувала або ухвалювала специфічні заходи з метою попередження або компенсації збитків, які носять расовий або етнічний характер». Французький уряд поступово запровадив рекомендації шляхом змін в законодавстві, і в 2004 році France Télévisions заснувала «Позитивний план акції для інтеграції» (P.A.P.I.). Причиною його створення стало те, що засоби некомерційного (громадського) телебачення застаріли щодо репрезентації французького розмаїття і очікування французьких меншин стосовно більшої рівності, закликаючи до справедливої присутності, кращої репрезентації та більш помітного вираження їх етнічного, соціального та культурного розмаїття. Замість того, щоб затвердити лише поверхневий підхід, було прийнято рішення запровадити високо методичний та централізований план покращення інтеграції та розмаїття. Ключові пункти цього плану, які планується ввести в дію протягом 2004 - 2009 років, полягають у запровадженні методологічного підходу задля збільшення питань розмаїття у змісті програм і щодо підбору кадрів, а також повністю змінити ставлення, яке ґрунтувалося б на етичних засадах. В якості одного з головних засобів для розробки P.A.P.I., France Télévisions спільно з Radio France international, Європейським соціальним фондом та іншими національними і міжнародними установами реалізує проект Pluriel Media [:https://equal.eu.int/equal/jsp/dpComplete.jsp?cip=FR&national=NAT-2004-1787#national_partner_41787405201](https://equal.eu.int/equal/jsp/dpComplete.jsp?cip=FR&national=NAT-2004-1787#national_partner_41787405201) Цей проект має на меті заохотити до сприйняття інших культур і навчити людей «жити разом». Він містить дослідження про розмаїття в межах France Télévisions, тренінги для менеджерів з питань розмаїття, тренінги для журналістів щодо міжкультурних питань, та тренінги для молодих професіоналів в сфері ЗМІ щодо роботи з меншинами на французькому телебаченні. Розроблені засоби France Télévisions послуговували зразком для інших французьких телекомпаній. Голова Інтеграції та Розмаїття безпосередньо звітується перед Головою і Директором France Télévisions, спостерігаючи за діяльністю P.A.P.I. Щоквартальний звіт виокремлює досягнення, зроблені за визначений період часу і питання, які слід вирішувати у майбутньому: зміст і теми програми; розмаїття публіки і спеціалізованих журналістів на екрані; доступ до тренінгів та працевлаштування; організація симпозіуму, круглих столів, семінарів і різних форм дебатів з метою змінити загальний світогляд.

BBC

BBC (<http://www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml>) відданий ідеї відображення розмаїття Великої Британії і доступності своїх послуг усім. Це стосується як і випуску на телебаченні, радіо та он-лайн, так і людських ресурсів. В цій сфері BBC – лідер, а політика розмаїття добре інтегрується в його структуру. Вони мають визначені ініціативи, які впроваджуються в дію з метою знаходження і розвитку нових творчих талантів, починаючи з BBC Talent і закінчуючи “кімнатою для дописувачів”, які віддають пріоритет розмаїттю. Поза ефіром BBC, до кінця 2003 року досяг своєї цілі: 10% зі всього персоналу складають етнічні меншини, і поставив нову мету, відповідно до якої до кінця 2007 року 12.5% персоналу повинні складати етнічні меншини. Нещодавно повідомили, що цю мету не вдасться досягти і тому персонал вищого виконавчого керівництва, наприклад Рада, позбавляється річних бонусів. Центр розмаїття BBC (BBC Diversity Centre) був заснований у 1999 році і зараз там працює вісім осіб. Окрім Схеми расової рівності (Race Equality Scheme), BBC також має введену у дію схему гендерної і непрацевдатної рівності. Рівні можливості та напрямки застосування розмаїття використовуються бік о бік. Дуже довго BBC був зразком для багатьох державних компаній у сфері соціального обслуговування EBU. Центр розмаїття провів широке дослідження в межах спільнот меншин – результати цього дослідження доступні персоналу BBC через intranet, який нещодавно розпочав видавати довідник для нових іммігрантів, наприклад, шукачів притулку і східноєвропейців. Довідник містить ключові факти і дані про кожен громаду, наприклад:

місцезнаходження громади, мова, релігія і нові тенденції. Також міститься корисна контактна інформація, яка застосовується створювачами програм та іншими зацікавленими особами в межах BBC. BBC регулярно представляє результати моніторингу, здійсненого шляхом опитування, з метою надання оцінки представництва меншин в прайм-тайм програмах на регіональному та національному рівнях. Остання мережа з результатами моніторингу була завершена у 2007 році. Вона охопила представництво етнічних меншин загалом, поряд з непрацевдатністю і гендером, не розбиваючи їх на етнічні групи. (Хоча один розділ присвячено порівнянню між представниками Карибських островів, афроамериканців, Південно-східної Азії і китайців). У 2006 році BBC Television доручила своєму першому «Видавництву з Розмаїття» BBC Vision, контролювати як канали телебачення BBC репрезентують аудиторію, якій вони служать. Зазначена політика розмаїття зосереджена на визначенні напрямків і підходів до її поришення. Даний підхід відповідає іншому напрямку, зорієнтованому на потребах користувачів громадського телебачення, під впливом ринку та комерційних утисків телерадіомовлення. Починаючи Niche Programming, продовжуючи багатокультурним центром і завершуючи людськими ресурсами.

Шведське телебачення (SVT)

SVT будував свою політику відповідно до шведських законів. Політика визначена на центральному рівні разом із зобов'язаннями вищого керівництва. SVT повинно звітуватися щороку стосовно «Багатокультурної Швеції» Шведській комісії з питань телерадіомовлення. Ситуація всередині шведського телебачення відображає розвиток всередині багатьох державних компаній в соціальній сфері. SVT пройшла шлях від створення niche programme (Мозаїк), до формування Багатокультурного центру – проекту, що тривав майже три роки. Багатокультурний центр існував до 2006 року і мав свій власний бюджет. Він створив специфічну політику для етнічного і культурного розмаїття в межах SVT (<http://www.svt.se/content/1/c6/32/42/79/policy2006.pdf>). Центр контролював діяльність керівництва, осіб, які приймали рішення і створювачів програм як і відділ кадрів, щодо впровадження політики, проводив семінари з метою подальшого зацікавлення у даній сфері діяльності і насичення SVT змістовними програмами, щоб зробити його привабливим для глядачів й таким, який міг би відповідати специфічним запитам. В угодах SVT чітко обумовлено, що програми повинні відображати етнічний склад шведського суспільства. У Швеції 22.2% населення – громадяни іноземного походження. У 2004 році було встановлено специфічні вимоги до деяких програм, а саме:

- щонайменше один з ведучих має бути не шведського походження;
- щонайменше 20% акторів повинні бути вихідцями з іммігрантів;
- щонайменше 25% дітей (перед камерою) повинні бути вихідцями з іммігрантів.

Починаючи з 2006 року новий департамент в галузі розвитку, заснований на Корпоративній соціальній відповідальності, займається питаннями розмаїття. Пріоритетними є проблема непрацевдатності і розмаїття загалом, другорядними питаннями є етнічне та культурне розмаїття, зокрема. Контроль за законодавчим закріпленням політики розмаїття покладається на разі на департамент з людських ресурсів, в той час як впровадження цієї політики здійснюється окремими департаментами та регіонами. У стратегіях щодо змісту зазначається, що окрім інших проектів, SVT слід започаткувати більше програм націлених на подолання прогалів у суспільстві, а їхній зміст має бути емпатичним і багатограним. Дані програми мають відображати розмаїття в Швеції. Із заснуванням нової системи організації, робочий процес включає людські ресурси, робоче середовище, умови праці, розвиток програм і розмаїття, які використовуються у всіх відділах. Інше важливе завдання: створити мережу всередині компанії та поза її межами. Нерозв'язними питаннями є наступні: 1) встановлення зв'язку між програмуванням і стратегіями департаментів людських ресурсів; 2) справедливе зображення осіб у телепрограмах, зважаючи на вік, стать, сексуальну орієнтацію, непрацевдатність та етнічне і культурне розмаїття; 3) впровадження світогляду розмаїття.

Від багатокультурних центрів і центрів розмаїття до загальної політики розмаїття

Netherlands Public Broadcasting (NPO) – Державне телебачення Нідерландів

NPO є центральним державним телебаченням Нідерландів. Окрім незалежної NPS з її особливими зобов'язаннями щодо меншин, в Нідерландах також є специфічні ісламські, індійські, буддистські, єврейські і гуманістичні організації телерадіомовлення, які щотижня випускають свої передачі. В NPO розвиток розпочався від багатокультурного центру “Meer van Anders (2000-2203)” до центру Centre for Portrayal and Diversity (2003-2004), до загальної політики розмаїття, частини Департаменту медіа політики громадського телебачення Нідерландів. Мета цієї політики – покращити розмаїття у програмуванні та працевлаштуванні. З грудня 2006 року NPO оголосила розмаїття пріоритетною метою. Рада управління сформувала робочу групу розмаїття, яка розробляє довідники, щоб запровадити розмаїття у свої програми. Розмаїття – один з критеріїв оцінювання нових форматів і процесу планування програм на трьох головних каналах телебачення. NPO наразі обговорює укладення нової угоди з урядом. Цілі розмаїття є частиною цієї угоди. У 2006 році NPO виділила 1.5 мільйони євро для проведення контент-аналізу і дослідження складу аудиторії серед чотирьох найбільших груп меншин, з метою створення програм про розмаїття і виявлення реакції на це аудиторії. Розроблена «карта якості» - це засіб для дослідження аудиторії, де група

респондентів оцінює якість різних жанрів телепрограм. Відтоді, цей спосіб дослідження викликав зацікавленість закордонних телерадіокомпаній.

Від департаменту меншин до робочої команди (NPS) «програм присвячених багато культурності і розмаїттю»

NPS це датська державна телерадіокомпанія, яка за дорученням уряду повинна виділяти 20% часу на теле трансляції та 25% - на радіо трансляції програм присвячених багато культурності. Протягом 10 останніх років, процес створення програм для меншин разом з меншинами еволюціонував в напрямку створення інноваційних міжкультурних програм, як «Сестри Галай» (“Sisters of Halai”), “PREMtime” та “Raymann is late”. Зараз NPS має багатокультурну команду проекту або цільову робочу групу, яка створює програми, організовує тренінги, та ініціює проекти щодо розмаїття в межах компанії.

Обмін досвідом та інформацією

Компанія BBC English Regions назвала чемпіонів із розмаїття у кожному регіоні. До них відносяться всі топ-менеджери, які працюють на радіо і телебаченні, таким чином, вони вповноважені запроваджувати нові дії і змушувати їх працювати. Вони зустрічаються на засіданнях кожні три місяці в межах Англійської групи розмаїття (England Diversity Group meeting), де головує Керівник BBC English Regions, щоб обмінятися найкращим досвідом у цій галузі. Сторінка EBU на Cultural Diversity містить файл у форматі pdf для завантаження інструкції, її можна також замовити на DVD. Річні модифікації найкращих прикладів поширення розмаїття вивішені на сайті http://www.ebu.ch/en/union/under_banners/CulturalDiversity.php

Гарантуйте вільний доступ до ваших передач шляхом технічної підтримки. Обсяг використання молодими мігрантами оперативних програм весь час збільшується.

- NPS: у всіх програм щодо багато культурності є Інтернет сторінки. Ми також маємо багатокультурний портал в Інтернеті. Інтернет - важливий засіб зв'язку меншинами.
- VRT: молодь мігрантів другого та третього покоління дивляться багато передач по VRT. Відповідно до останнього дослідження молодь іноземного походження дивиться нас набагато частіше, ніж молодь у яких хоча б один з батьків народжений закордоном. Вони використовують цей канал в якості важливого джерела інформації внаслідок їх особливої позиції в суспільстві.
- SVT: Лілла Актуельт - це програма новин для молодих людей. Один з ведучих, Стефан, який не швед за походженням, добре відомий молодим глядачам, оскільки він був одним з ведучих найбільш відомої дитячої передачі. Він щось на кшталт дитячого омбудсмена і діти можуть зв'язатися з ним через Інтернет сторінку.

Не забувайте відзначити успіх

Нагороди, призначені для теле- і радіо програм, які відзначають розмаїття, допомагають привернути увагу до цих програм більшої кількості глядачів.

В 1996 році нова Європейська премія в галузі ЗМІ за Рівність і Толерантність the Prix Iris – була створена для нагородження діяльності медіа за науково-фантастичною і не науково-фантастичною категоріями телепрограм, маючи справу з багато культурними аспектами суспільства в будь-якій з європейських країн. Головна мета Prix Iris - покращити якість багатокультурних телевізійних передач та запропонувати форум для обговорення програм разом з їх творцями. В 2000 році Prix Iris з'явився з Prix Еуропа і на разі понад 100 програм подаються на розгляд до групи делегатів з усієї Європи. <http://www.omroep.nl/nps/prixiris/news.html>

Медіа-приз Civis за інтеграцію та культурне розмаїття, організована Медіа-основою Civis, (Civis Media Foundation) нагороджується в межах категорії Європейський приз у сфері телебачення (European Television Prize), Німецького Телевізійного Призу (German Television Prize) і Civis приз у радіо сфері (Civis Radio Prize) в Європі. (http://www.wdr.de/tv/civis/index2_en.phtml)

У Великій Британії, Комісія з Расової Рівності (Commission for Racial Equality) створила Race in the Media Awards, щоб боротися з расовою дискримінацією, расизмом і ксенофобією, заохочувати дружні відносини серед осіб і обшин різного походження, допомагати ЗМІ представити дійсність і турботи країни, де різноманіття є фактом, а інтеграція - загальне прагнення, і, щоб зробити ЗМІ, доступніші і доречніші для людей різного походження. <http://www.rima.org.uk/rima2006/introducing.html>

SVT має свою власну нагороду, Prix Mosaik, який надається особі, яка поширює етнічне і культурне розмаїття і, таким чином робить внесок до багато культурної перспективи, шляхом створення програм досягнень.

RTE є спонсором MAMA AWARDS за багато культурність і медіа-представництва в Ірландії.

Juliane Bartel Prize' нагороджується починаючи з 2001. Ціль – вшанувати реалістичний стиль журналістики, яка просуває багатоманітне зображення ролі жінок в сьгоднішніх ЗМІ. Стереотипи піддані сумніву, тоді як складові розмаїття беруться до уваги. У 2007 році дві молоді жінки з Туреччини були нагороджені.

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

Розділ 12

Додатки

Додаток №1 Підбір кадрів

Важливі кроки в організації FAIR (Future Adapted Inclusive Recruitment – Майбутній всеохоплюючий підбір кадрів), процесі, розробленому в Швеції РІНІМ партнерством ЄС (EU EQUAL partnership).

Робочий клімат/ корпоративна культура

Проаналізуйте цінності, ставлення, відомі та негласні правила на робочому місці, щоб забезпечити привітне ставлення до претендентів, які недостатньо представлені в групі (чи це пов'язано зі статтю, етнічним походженням, міграцією або непрацевдатністю, і т.п.)

Короткий біографічний виклад компетентності/ опис роботи

Підготовка не-дискримінаційних вимог до короткого біографічного викладу особи, який би визначав її компетентність і включав би цілі й сфери відповідальності за поточний підбір персоналу, повинна здійснюватися спеціальною групою, де представлені головні відділи і професії. Дана група також має бути різноманітною з огляду на вік, стать, етнос, і т.п. Робота повинна бути зроблена концентруючись на майбутніх потребах організації і, включаючи освіту, знання, досвід і особисті відносини, здібності і навички, доречні для роботи.

Характеристика особи

Фактична група відбору повинна надати опис типу людини, яку вони шукають, в основі якого лежать вищезгадані вимоги до короткого біографічного викладу особи, який би визначав її компетентність. Потрібно включити тільки ті критерії, які мають вагомe значення для роботи. Виражайте чітко те, що являється істотним критерієм і додатковою перевагою.

Особисті відносини, здібності і навички важливі для короткого біографічного опису. Терміни для опису цих здібностей мають бути визначені і розповсюджені в межах організації. Під час співбесіди з претендентами, потрібно використовувати реальні приклади його професійного досвіду, щоб ілюструвати необхідні здібності і навички.

Приклади визначень:

Культурне усвідомлення: оцінюючи відмінності/розмаїття і розуміння того, як походження, культура і приналежність до групи впливає на вас безпосередньо та на інших; маючи достатній рівень усвідомлення, щоб прийняти це до уваги під час ухвалення рішень і визначення сфери діяльності.

Здатність до співробітництва: добре працювати з іншими, звертаючись до них уважно з розумінням і повагою думки іншого, вміти слухати, спілкуватися та вирішуючи конфлікти конструктивним шляхом.

Канали підбору кадрів

Робіть рекламу базуючись на описі роботи та характеристики людини. Використовуйте відкриті канали і різноманітність ЗМІ.

Анкета

Анкета дає можливість оцінити всіх претендентів за однаковими критеріями, які встановлює роботодавець. Це є справедливим, на рівній основі ставленням.

Остаточний список потенційних кандидатів

Виберіть кандидатів до інтерв'ю склавши список потенційних кандидатів, на основі характеристик осіб.

Співбесіда при підборі кадрів

Співбесіда має бути підготовленою з основних питань на основі характеристики особи. Заздалегідь потрібно зважити кожний критерій. Не ставити недоречних або мимовільних питань про хобі, знайомих, які могли б вплинути на оцінку кандидата. Важлива частина співбесіди повинна зосередитися на відповідності претендента необхідним якостям, здібностям і навичкам.

Приклади питань з метою визначення обізнаності у сфері культури:

- Чи контактуєте ви з людьми іншого етнічного або культурного походження на вашій роботі або за її межами?
- Ви знаходилися колись в контактi з іншими групами або субкультурами, подiбно до геїв або молодiжних груп? Якщо так, то як саме і чому ви від них навчилися?
- Розкажіть нам про ситуацію роботи, де культурні відмінності мали особливе значення. Про що це було? Що ви робили? Яким був результат?
- Чи вплинув цей досвід на вас в інших ситуаціях? Що сталося? Що ви робили? Яким був результат?
- Говорячи про розмаїття, іноді воно розглядається як загрозове усім нам водночас. Ви згодні або ви думаєте, що є ситуації, коли ви повинні брати до уваги потреби індивідуума?

Приклади питань про здатність до співробітництва:

- На даний момент ви є частиною робочої групи? Яка ваша позиція в цій групі? Як саме ви залежите один від одного у вашій групі?
- На Вашу думку, які переваги та недоліки роботи з іншими людьми?
- Чи питають вас поради інші люди? Про що? Чому, на вашу думку, вони звертаються до вас?
- Розкажіть нам про ситуацію, коли ви не погодилися з думкою іншої людини. Що трапилося? Яким був результат/вихід?

- Чи є щось таке, що ви могли б зробити, щоб отримати ще кращий результат?

Завершальний вибір

Порівняйте претендентів із характеристикою людини.

Тест

Оберіть метод оцінювання, який би відповідав вашій професії.

Перевірте посилання

Зосередьтесь уважно на компетентності, яку від вас вимагають.

Додаток 2

Поради для реалізації успішної програми з моніторингу

1. Чітке планування.

Які цілі плану діяльності? Цілі чітко визначені? Чи передбачає план діяльності вирішення фундаментальних проблем розуміння і поваги?

Для кого передбачений проект? Яке навчання/підготовка потрібне? Які очікування керівника - які навички розвиватимуться, скільки часу повинен він/вона приділити для цього? Як буде оцінений проект?

2. Контракти

Переконайтеся, що цілі, очікування і зобов'язання для всіх залучених сторін — організації, наставника і стажиста — чітко визначаються в контракті.

3. Принцип відповідності

Як визначаються керівники? Відмітьте інтереси, хобі і амбіції. Чи чітко визначені межі взаємовідношень? Наставник повинен забезпечити простір для конфіденційної бесіди і вивільненні почуттів, які повинні, проте, залишатися в професійному руслі. Чи є, як мінімум, дві події в обох групах для початку, щоб підтримувати ці взаємовідносини, як наприклад неформальна обід, екскурсія навколо будівлі роботи?

4. Правильно вибраний момент дії

Переконайтеся, що ви допомагаєте як наставникові, так і стажистові, в регулярних зустрічах. Організатор повинен робити регулярні телефонні дзвінки наставнику аби перевірити, чи все проходить успішно.

Якими засоби ви використовуєте, щоб допомогти іншій стороні, коли все руйнується?

5. Партнерство

Відносини із центром або громадським органом також можуть допомогти з навчанням і оцінкою. У деяких випадках, вони також можуть надати додаткові кошти для виконання плану.

6. Святкування/забезпечення основи діяльності

Святкування успіху з іншими завжди велике і вирішальне, якщо це пов'язано із ЗМІ. Це може стати основою для ілюстрації змісту чи творчого потенціалу.

Додаток №3

«Міграція та Інтеграція – найбільші виклики для Європи. Яка саме роль ЗМІ?» (Ессен, листопад 2006)

Рекомендації від робочої групи:

Загальні зауваження

- Державне телерадіомовлення (Public service broadcasting - PSB) грає істотну роль в інтеграції. Стандарти мають бути об'єднані. Диктори державного телерадіомовлення повинні зобов'язатися робити звіт щодо самооцінки з питання проведення політики розмаїття, з метою представлення її в Парижі для того, щоб ініціювати процес звітування, який може контролюватися щорічно.
 - Культурне розмаїття потрібно сприймати як таке, що має позитивне значення і виклик творчості. Питання культурного розмаїття має бути включене до статуту компанії і внутрішніх правил.
 - Зобов'язання ради директорів є невід'ємним. Вище керівництво повинно закликати до дій і говорити відкрито про розмаїття.
- Вільний доступ до Державного телерадіомовлення повинен бути гарантований кожному шляхом забезпечення технічної основи; Державне телерадіомовлення повинно пропонувати безкоштовний доступ

до змісту он-лайн, не обмежуючи його. Молоді мігранти все більше і більше використовують користуються програмами в мережі.

- Більше дослідження, більше порівняльних результатів, більше координації діяльності, більше звітування з трьох секторів: репрезентація мігрантів, використання ЗМІ мігрантами, регулярне звітування з питань розмаїття щодо людських ресурсів. Потрібно більше стандартизації різних проектів досліджень.

Навчання і підбір персоналу

- Навчання, підбір персоналу і управління - ключові проблеми; вони повинні бути оцінені щороку. Всіх членів EBU закликають застосовувати весь свій досвід у сфері розмаїття у їх річних звітах, висвітлюючи специфічні дії, як-от тренінгові програми і т.п.
- Важливо організувати тренінги на тему міжкультурної компетентності в цілому, для усього персоналу, і зокрема для менеджменту середнього рівня.
- Корпоративне навчання важливе для кожного новачка, для того щоб дізналися про компанію і отримання необхідних навичок, зокрема тих, що стосуються розмаїття.
- Створюйте нові мережі між компаніями ЗМІ і колом осіб з підбору кадрів для ЗМІ: не використовуйте лише традиційні канали для оголошення вакансій, але й місцеві мережі.
- Створюйте спеціальні програми зі школами журналістики, щоб привернути увагу осіб різного походженням (контакти між компаніями та школами) для одержання досвіду в роботі.

Програмування

Новини та інформаційні програми повинні бути зосереджені не тільки на негативних сюжетах, але й на позитивних прикладах інтеграції. Державне телерадіомовлення відіграє важливу роль, оскільки воно показує позитивні приклади і створює так званих “героїв” розмаїття (проект 'Герої розмаїття, запропонований Борисом Бергантом).

Потрібно організувати тренінги для талановитих молодих акторів, продюсерів та режисерів. Важливо, щоб центральні програми відображали повсякденне життя. Колеги з етнічних меншин повинні відігравати всі види ролей, не тільки ті, які відповідають стереотипним уявленням.

Потрібно запровадити більш інтенсивний обмін між журналістами, переважно між молодими журналістами, в телерадіомовній сфері EBU. Це буде дуже корисно для отримання досвіду і знань з міжкультурних питань (обмінний проект, 'Безмежний' з WDR, EBU, COPEAM, UNESCO, Anna Lindh Foundation і France Televisions).

Європейський ключ до розуміння розмаїття для Державного телерадіомовлення буде представлено в Парижі, зосереджуючись на питанні представлення інформації і новин, з метою допомоги авторам програми і менеджменту висвітлювати питання розмаїття.

Для впровадження процесу, ініційованого в Ессені, потрібна постійна координація, де EBU буде брати активну участь. Організаційний комітет, який складається з представників EBU, ЄС і UNESCO, повинен підтримувати координацію діяльності.