

#MYSTORY : MEDIA (LITERACY) AND MIGRANTS

Οδηγός

Πρέττει & Μη

Πώς μπορούν οι πρόσφυγες να αφηγηθούν τις ιστορίες τους και οι δημοσιογράφοι να τις δημοσιεύουν καλύτερα.



Co-funded by the
Europe for Citizens Programme
of the European Union



Ευχαριστίες

Το παρόν φυλλάδιο δημιουργήθηκε με την υποστήριξη του προγράμματος «Europe for Citizens» της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Εκφράζονται οι απόψεις αποκλειστικά των δημιουργών και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕΕ) δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για το περιεχόμενό της. Οι εταίροι του έργου είναι:



Co-funded by the
Europe for Citizens Programme
of the European Union



Πρέπει και Μη στην
τέχνη της αφήγησης
(storytelling) για
μετανάστες και πρόσφυγες

MYSTORY

Αυτός ο οδηγός καταρτίστηκε στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του Έργου MyStory project (mystoryproject.eu) που χρηματοδοτήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Στόχος του είναι:

- α) να διευκολυνθεί η εργασία των δημοσιογράφων και των bloggers, ώστε να είναι σε θέση να ανταποκρίνονται καλύτερα στα ηθικά πρότυπα κατά την απεικόνιση των μεταναστών και των προσφύγων (Μ&Π) στα μέσα ενημέρωσης ·
- β) να εξοπλίσουν τους μετανάστες, τους πρόσφυγες και τους αντίστοιχους οργανισμούς υποστήριξης, ώστε να παράγουν τις ιστορίες τους πιο αποτελεσματικά.

Οι ακόλουθες προτάσεις βασίζονται στους διαλόγους του MyStory και στο δίκτυο επαφών της σύμπραξης του Έργου, έχοντας λάβει υπόψη τη σχετική διεθνή πολιτική. Η δραστηριότητα αυτή του έργου θα ενημερώσει και θα υποστηρίξει επίσης το νομικό πλαίσιο και τις μελλοντικές πρωτοβουλίες της ΕΕ.

Έχοντας γνώση της ύπαρξης εξειδικευμένων εγχειριδίων και νομικών εγγράφων που είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο, ο οδηγός μας έχει ως στόχο να προσφέρει πρακτικές συμβουλές και όχι εξαντλητικές πληροφορίες. Ως εκ τούτου, αποτελείται από τρία διαφορετικά τμήματα, τα οποία αναφέρονται αντίστοιχα στους:

1. Δημοσιογράφοι και bloggers στο διαδίκτυο, όταν δημοσιεύουν ιστορίες που αφορούν Μετανάστες και πρόσφυγες;
2. Μετανάστες και πρόσφυγες (Μ&Π);
3. Οργανισμοί που εργάζονται με μετανάστες και πρόσφυγες.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Για Δημοσιογράφους όταν δημοσιεύουν ιστορίες σχετικά με Μ&Π
Ο ΣΚΟΠΟΣ ΣΟΥ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΕΙΣ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ



ΠΡΕΠΕΙ



Σκέψου το δημόσιο συμφέρον, κράτησε επαγγελματική στάση.

Πρόσεχε ενδεχόμενες προκαταλήψεις, να αναφέρεις μόνο τις σχετικές πληροφορίες, να είσαι ειλικρινής.

Να είσαι επαγγελματίας, δίκαιος και αμερόληπτος, εξισορροπώντας διαφορετικές απόψεις.

Προσπάθησε να είσαι αντικειμενικός, ποιοι επιλέγουν τις ιστορίες; Γιατί; Πώς απεικονίζονται οι μετανάστες και οι πρόσφυγες; Να κάνεις ρεπορτάζ «με» τους μετανάστες (όχι μόνο «για» αυτούς).

Έλεγξε τα γεγονότα, πρόσεχε το πλαίσιο των πληροφοριών, το παρασκήνιο και εξήγησε την αιτία του φαινομένου.

Για παράδειγμα, μπορείς να μιλήσεις με συναδέλφους και να συμβουλευτείς δημόσιους πόρους στο διαδίκτυο. Οι απόψεις είναι ενδιαφέρουσες αλλά πρέπει να διαχωρίζονται σαφώς από τα γεγονότα.

Δώσε ακριβείς, πλήρεις πληροφορίες.

Να αποφεύγεις τους συναισθηματισμούς και προσοχή στην τοποθέτηση των εικόνων και την επίδραση που μπορεί να έχει αυτή, το σημείο τοποθέτησης του δημοσιογράφου, την επεξεργασία [της εικόνας] και ούτω καθεξής.

Χρησιμοποίησε κατάλληλη ορολογία και ενημερωμένες έγκυρες αποδείξεις.

Να γνωρίζεις καλά το λεξιλόγιό σου και τις λέξεις που χρησιμοποιείς; πρόσφυγες, μετανάστες, αιτούντες άσυλο και ούτω καθεξής. Αναζήτησε αξιόπιστες πληροφορίες στην διεθνή βιβλιογραφία.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Για δημοσιογράφους όταν κάνουν ρεπορτάζ σε σχέση με Μ&Π
ΣΚΟΠΟΣ ΣΟΥ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΔΙΑΛΟΓΟ



ΜΗ

**Μην απεικονίζεις στερεοτυπικές ιστορίες. Θα μπορούσαν εύκολα να γίνουν πραγματικότητα για τους αναγνώστες και τους θεατές.
Μην διαδίδεις προπαγάνδα ή ρητορική μίσους, να είσαι ανεξάρτητος.**

Μην αφήνεις τους βαρύγδουπους τίτλους να επισκιάζουν τα ανθρώπινα και προσωπικά στοιχεία του άρθρου/ρεπορτάζ σου. Να αντιμετωπίζεις τους ανθρώπους, σαν ανθρώπους.

Μην βλάπτεις τους ανθρώπους αποκαλύπτοντας ταυτότητες προσφύγων ή μαρτύρων.

Να διαφυλάσσεις την ανωνυμία των πηγών, ειδικά εάν είναι ευάλωτες ομάδες ή βρίσκονται σε κίνδυνο. Οι πρόσφυγες είναι συνήθως απλοί άνθρωποι που (ξε)φεύγουν από άσχημες καταστάσεις.

Μην φοβάσαι να αμφισβητήσεις τις απόψεις σου.

Βεβαιώσου ότι η ιστορία σου έχει δημοσιογραφική αξία, αμφισβήτησε την κυριαρχική ρητορική και ξεπέρασε τις δικές σου προκαταλήψεις. Να σέβεσαι την αξιοπρέπεια και τις άλλες πεποιθήσεις, τον πολιτισμό και τις θρησκείες.

Μην καταχράσαι δεδομένα και στατιστικά στοιχεία.

Σιγουρέψου πως παρέχεις ολόκληρη την εικόνα και ακολουθείς την δημοσιογραφική δεοντολογία .



ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Για Μετανάστες και Πρόσφυγες (Μ&Π) ΟΤΑΝ ΑΦΗΓΟΥΝΤΑΙ ΤΙΣ ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΤΟΥΣ



ΠΡΕΠΕΙ

Πες την ιστορία σου.

Μάθε τεχνικές αφήγησης (storytelling techniques). Εάν είναι δυνατό, παρακολούθησε κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα, διαδικτυακά ή αυτοπροσώπως.

Βρες τον σκοπό σου και καθόρισε τους στόχους σου (Τι και γιατί).

Ποια είναι η ιστορία σου; Ο σκοπός σχετίζεται με την ιστορία σου και είναι παρόμοιος με έναν τίτλο ιστορίας. Εξισορρόπησε την αρνητικότητα με θετικά μηνύματα.

Επίλεξε ιστορίες / θέματα που αφορούν την κοινή γνώμη και συγκινούν (Πώς).

Να επιλέξεις και να καθορίζεις το θέμα της ιστορίας σου είναι δύσκολο. Αν η ιστορία σου συγκινεί εσένα προσωπικά, αυτό είναι ένα καλό σημάδι. Η χρήση της πρώτου προσώπου προσδίδει συνήθως αυθεντικότητα στην ιστορία.

Σε κάθε περίπτωση, διατήρησέ την σύντομη (Πώς).

Μην ξεχνάς ότι η συνηθισμένη διάρκεια προσοχής που αποδίδεται σε διαδικτυακό περιεχόμενο δεν είναι πολύ μεγάλη, έχεις μόνο λίγα λεπτά για να τραβήξεις την προσοχή του αναγνώστη/ θεατή, επομένως προσπάθησε να διατηρήσεις την αντίστοιχη συντομία (2 -7 λεπτά).

Βρες την δική σου γλώσσα (Πώς).

Τα κοινωνικά μέσα και η ψηφιακή αφήγηση προσφέρουν δυνατότητες να διηγείσαι ιστορίες χωρίς τη χρήση λέξεων. Σε κάθε περίπτωση, εξέτασε τους ενδεχόμενους γλωσσικούς φραγμούς - η χρήση απλής γλώσσας μπορεί να σε βοηθήσει να ξεπεράσεις τα πολιτιστικά εμπόδια - σκέψου καλά σε ποιους θέλεις να απευθυνθείς. Χρησιμοποίησε δωρεάν ηλεκτρονικούς πόρους.

Πρώθησε την ιστορία σου προς τα έξω (Που).

Για παράδειγμα, μπορείς να δημιουργήσεις ένα blog ή προσωπικές σχέσεις με σχετικούς δημοσιογράφους και εκδότες. Πρόκειται για το «δίκτυό σου». Επίσης, ανάπτυξε σχέσεις με οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και με τα τοπικά μέσα ενημέρωσης, που μπορούν να σε υποστηρίξουν.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Για Μετανάστες και Πρόσφυγες (Μ&Π)
ΟΤΑΝ ΔΙΗΓΟΥΝΤΑΙ ΤΙΣ ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΤΟΥΣ



Μην αφηγηθείς μια ιστορία χωρίς σκοπό και νόημα.

Μην αναπαράγεις την αυτό-λύτωση. Ενδέχεται να δημιουργεί αντιθέσεις και να αποξενώσει. Βεβαιώσου ότι υπάρχει αντικειμενική και ενημερωτική αξία στην ιστορία σου.

Μην προσπαθείς να σκέφτεσαι μεγαλεπήβολα.

Επικεντρώσου σε απλές ιστορίες ή επίλεξε μόνο ένα μέρος της μεγαλύτερης ιστορίας - οι μικρές ιστορίες μπορούν να είναι τόσο εντυπωσιακές όσο οι μεγάλες, αλλά είναι πιο εύκολο να αναπαραχθούν και να τραβήξουν την προσοχή.



ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Για του οργανισμούς που υποστηρίζουν τους Μετανάστες και Πρόσφυγες
ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΑΣ

← →
ΠΡΕΠΕΙ

Προσλάβετε αφοσιωμένο προσωπικό για να ασχοληθείτε με τα ΜΜΕ.

Ίσως χρειαστείτε έναν υπεύθυνο επικοινωνίας για να αξιοποιήσετε τις ευκαιρίες που προσφέρει η τεχνολογία. Σκεφτείτε το ενδεχόμενο να παρέχετε κατάρτιση και εργαστήρια για τους ίδιους τους Μ&Π.

Να έχετε ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Να δημοσιεύσετε περιεκτικά, αληθινά γεγονότα και ιστορίες από αληθινούς ανθρώπους. Εξοικειωθείτε με τη σημασία της εικόνας.

Δημιουργήστε δεσμούς με τις τοπικές αρχές, καλλιεργώντας χρήσιμες επαφές με την πολιτική κοινότητα.

Συναντηθείτε με οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών, κυβερνητικούς αξιωματούχους και πολιτικούς για να συζητήσετε συγκεκριμένες, λογικές απαιτήσεις.

Αξιοποιήστε τις σχέσεις με τοπικά σχολεία ή εθελοντικούς φορείς για καλύτερη επικοινωνία.

Χρησιμοποιήστε τους διαθέσιμους ανθρώπινους πόρους για να δείξετε την δουλειά που έχει γίνει. Οι αφοσιωμένοι άνθρωποι μπορούν να επιτύχουν περισσότερο από τους επαγγελματίες.

Αξιοποιήστε πόρους, δεξιότητες και εταιρικές σχέσεις για να εκπαιδεύσετε το προσωπικό.

Χρειάζεστε δεξιότητες επικοινωνίας και γραφής για να δημοσιεύσετε το «ποιος, τι, πότε, πού και γιατί» του οργανισμού σας.

Δημιουργήστε διάλογο με δημοσιογράφους και διαδικτυακούς bloggers.

Ανατροφοδοτήστε τους δημοσιογράφους, «έχουν δίψα» και επικεντρώνονται στην οικοδόμηση σχέσεων. Ζητήστε συμβουλές από τους δημοσιογράφους για το πώς να παρουσιάσετε καλύτερα τα νέα σας. Χτίστε το δίκτυό σας με επαγγελματίες των ΜΜΕ και bloggers στο διαδίκτυο.

Να συμπεριλαμβάνετε τους μετανάστες και τους πρόσφυγες [στις συζητήσεις].

Μην πατρονάρετε τους πρόσφυγες και τους μετανάστες - δώστε τους την ευκαιρία να μιλήσουν μόνοι τους.

Να υπολογίζετε [τύχόν] γλωσσικά εμπόδια.

Σκεφθείτε να χρησιμοποιήσετε τις μητρικές γλώσσες [των Μ&Π], καθώς και τη γλώσσα της χώρας από την οποία προέρχεται η ομάδα-στόχος σας - ειδικά όταν είναι καινούρια στη χώρα.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Για του οργανισμούς που υποστηρίζουν τους Μετανάστες και Πρόσφυγες
ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΑΣ



Μην απομακρύνετε από το περιβάλλον των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Δημιουργήστε δεσμούς με τους δημοσιογράφους και τους συντάκτες, ώστε να δημιουργηθεί το πλαίσιο των κανόνων εργασίας και να καθοριστούν οι κοινωνικές και επαγγελματικές ιδιαιτερότητες των διαφόρων εθνικών συνθηκών. Επίσης, να απευθύνετε και στα μέσα ενημέρωσης που έχουν αντι-μεταναστευτική φήμη, για να προσεγγίσετε το κοινό τους.

Μην εστιάζετε υπερβολικά στα "κλικ".

Παρακολουθήστε τα αποτελέσματα και αξιολογήστε την απόκριση του κοινού. Η επιτυχία της ψηφιακής δικτύωσης, αλλά μην μπαίνετε σε διαλόγους που είναι αντιπαραγωγικοί ή χρησιμοποιούν προβληματική γλώσσα. Είναι σπατάλη χρόνου σας. Αφήστε το περιεχόμενο [του έργου σας] να μιλήσει από μόνο του.

Μην τροφοδοτείτε τους [λεγόμενους] «trolls».

Η αμφισβήτηση των λανθασμένων απόψεων, η ρητορική μίσους, η προπαγάνδα και η παραπληροφόρηση μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω των δικών σας online πλατφορμών ή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά μην μπαίνετε σε διαλόγους που είναι αντιπαραγωγικοί ή χρησιμοποιούν προβληματική γλώσσα. Είναι σπατάλη χρόνου σας. Αφήστε το περιεχόμενο [του έργου σας] να μιλήσει από μόνο του.

Μην δημοσιεύετε περιεχόμενο ή φωτογραφίες χωρίς τη συγκατάθεση του χρήστη.

Ειδικά όταν πρόκειται για παιδιά.

Οι εταίροι του έργου είναι :

EAVI - www.eavi.eu

DRPDNM - www.comide.net

EUROFORM - www.euroformrfs.it

Hungarian Moving Image and Media Education Association - www.c3.hu/~mediaokt/angol.htm

Intermediakt - www.intermediakt.org

International Alliance of journalists - www.alliance-journalistes.net

Wisamar - www.wisamar.de

Περεταίρω πληροφορίες



Η European Association for Viewers Interests (EAVI) (ΕΑΒΙ) είναι ένας ανεξάρτητος, μη κερδοσκοπικός διεθνής οργανισμός που εδρεύει στις Βρυξέλλες. Πρωταρχικός στόχος του είναι να προωθήσει και να ενισχύσει το ενδιαφέρον των πολιτών ως χρηστών των μέσων ενημέρωσης σε ολόκληρη την Ευρώπη. Ως εκ τούτου, η φιλοδοξία του ΕΑΒΙ είναι να ενθαρρύνει τα άτομα να είναι περισσότερο από απλώς παγκοσμιοποιημένοι καταναλωτές μέσω μαζικής ενημέρωσης, αλλά πολίτες της Ευρώπης που επωφελοούνται από αυτό. Για την επίτευξη των στόχων της, η ΕΑΒΙ αναπτύσσει και υλοποιεί ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων. Πολλές από τις πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί αφορούν πολίτες και οργανώσεις από πολλά από τα 28 κράτη μέλη της ΕΕ. Επικεντρώνονται στην προώθηση της πλήρους ενεργού συμμετοχής του πολίτη και του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην εμπλοκή των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων και των υπευθύνων χάραξης πολιτικής.

Επικοινωνία:

EAVI- European Association for Viewers Interests

Rond Point Schuman 9/16

Brussels 1040

+32 (0)2 230 30 06

www.eavi.eu

eavi@eavi.eu



Co-funded by the
Europe for Citizens Programme
of the European Union

