



KEY COMPETENCES
IN MEDIA PRODUCTION
FOR RADIO, FILM
AND TELEVISION

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

Metodologia della Gestione Inclusiva

Ottobre 2019 - Marzo 2022



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein”.

PROJECT PARTNERS



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PROJECT INFORMATION

Project number: 2019-1-RO01-KA202-063974

October 2019 - March 2022

www.rtv-erasmusproject.eu

This cover has been designed using resources from www.Freepik.com



KEY COMPETENCES
IN MEDIA PRODUCTION
FOR RADIO, FILM
AND TELEVISION

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Metodologia della Gestione Inclusiva



Indice dei Contenuti

Introduzione



Capitolo 1 – Concetti chiave nella definizione di gestione inclusiva8

1.1. Gestione Inclusiva: definizione, obiettivi e finalità.....	8
1.1.1 Definizione di inclusion	8
1.1.2 I 7 pilastri dell' inclusione.....	8
1.1.3 Definizione di gestione	10
1.1.4 Elementi chiave per la gestione	11
1.1.5 Definizione di gestione inclusiva.....	13
1.2. Aspetti chiave della Gestione Inclusiva	15
1.2.1 Come implementare un processo di “gestione inclusiva”	15
1.2.2 Fasi di un processo di gestione dell' inclusività.....	16
1.2.3 Benefici del processo di gestione inclusiva	17



Capitolo 2 – Il concetto di inclusività nell' ambito del progetto RTV.....20

2.1. La gestione inclusiva nel settore dei media:	
il coinvolgimento dei protagonisti.....	20
2.2.1 Definizione di industria dei media.....	22
2.2.2 Apprendimento collaborativo: insegnanti che coinvolgono studenti.....	22
2.2.3 Partecipazione di esperti: scuole che coinvolgono giornalisti professionisti.....	25
2.2.4 Approccio crowdsourcing: giornalisti che coinvolgono il pubblico	28
2.2. Inclusività e diversità.....	32



Capitolo 3 - Insegnare inclusività nelle classi che si occupano di media.....37

3.1. Esercizio di classe

Pratiche comuni37

3.2. Esercizio di classe

Citizen journalism, Social Media e Diversità Culturale.

L'uso di strumenti giornalistici per aumentare la consapevolezza

della diversità culturale44

3.3 Caso di studio

Caso di studio: Sociologia della mescolanza.

Le coppie interculturali nel cinema europeo.....53

Introduzione

Gli obiettivi principali di questo prodotto sono:

- Una migliore articolazione tra i contenuti della formazione alla produzione dei media e le nuove pratiche professionali
- Maggiore occupabilità degli studenti
- Un atteggiamento proattivo dei futuri professionisti di fronte alle sfide e ai cambiamenti nella produzione dei media

Data l'importanza di questo tipo di approccio per il nostro progetto, integreremo campagne di sensibilizzazione sui temi e sulle pratiche della gestione inclusiva sia nella formazione dei formatori che in quella degli studenti.

All'interno del programma di formazione del progetto RTV, la metodologia sulla gestione inclusiva sarà implementata su tre livelli:

Livello 1 – Corsi sui concetti chiave che definiscono la Gestione Inclusiva e le sue problematiche

Livello 2 – Pratiche per lo sviluppo di competenze inclusive

- Analisi dei diversi punti di vista
- Costruzione del consenso
- Superamento di dicotomie e confini
- Decisione partecipata

Livello 3 – Esercitazioni pratiche per lo sviluppo delle competenze di Gestione Inclusiva:

- Costruire il programma di formazione sulla base del bisogno di integrare le istituzioni dei media in termini di conoscenze e competenze (obiettivi di formazione, curricula, strumenti didattici)
- Invitare i giornalisti a partecipare attivamente al processo di formazione degli studenti (testimonianze, trasferimento di competenze, tutoraggio)

- Organizzare una graduale integrazione professionale degli studenti, attraverso attività di formazione all'interno delle istituzioni mediatiche (corsi di osservazione, analisi pratiche, ecc.)
- Sensibilizzare gli studenti alla diversità, alle pratiche inclusive e alle loro rappresentazioni nelle produzioni mediatiche
- Educare gli studenti all'atteggiamento attivo, al pensiero critico e all'innovazione

Mentre ci si avvicina a un concetto nuovo di zecca o, meglio ancora, a una nuova metodologia da comprendere e implementare, partire dal suo significato può rivelare una strategia vincente, soprattutto se la metodologia stessa è composta da due termini diversi con molteplici sfaccettature. Il tutto è sempre maggiore della somma delle parti: le sfaccettature dietro il termine “gestione inclusiva” sono ancora più diversificate rispetto ai termini “inclusivo” e “gestione” presi separatamente. Per comprendere meglio le implicazioni legate alla gestione inclusiva, il punto di partenza è rappresentato da un'analisi sistematica del suo significato.

1

Concetti chiave nella definizione di gestione inclusiva

1.1. Gestione Inclusiva: definizione, obiettivi e finalità

1.1.1 Definizione di inclusione

Non è semplice giungere ad una definizione univoca di “inclusione”, ma è possibile individuarne due filoni principali:

1. L'inclusione è vista come un diritto umano universale: l'obiettivo dell'inclusione è abbracciare tutte le persone indipendentemente da razza, genere, disabilità, necessità di ogni tipo. Si tratta di dare a tutti pari accesso e opportunità e di sbarazzarsi della discriminazione e dell'intolleranza (rimozione delle barriere). All'interno di questo filone, l'inclusione è molto più vicina all'inclusività, poiché interessa tutti gli aspetti della vita pubblica.
2. L'inclusione è l'azione o lo stato di includere, o di essere inclusi, all'interno di un gruppo o di una struttura in un continuo scambio – tra i partecipanti – di competenze, abilità, esperienze, ecc.

Il punto di partenza di questa metodologia è rappresentato dalla seconda definizione di “inclusione”.

1.1.2 I 7 pilastri dell' inclusione

Includere qualcuno implica inevitabilmente un atto volontario. I seguenti sono 7 pilastri dell'inclusione, che forniscono un punto di partenza per affrontare l'inclusione come l'azione di includere qualcuno in un gruppo o in una struttura. I 7 pilastri si concentrano sulle abitudini che consentono o meno l'inclusione:

1. Accesso
2. Atteggiamento
3. Scelta
4. Partnership
5. Comunicazione
6. Politica
7. Opportunità

Accesso

Con accesso si fa riferimento ad un ambiente accogliente e alle abitudini che lo creano. Si tratta di ciò che i partecipanti sperimentano quando entrano in un gruppo prestabilito. Si tratta dell'accoglienza fisica e dei sentimenti che accompagnano il processo inclusivo dello “straniero”.

Atteggiamento

L'atteggiamento guarda a quanto le persone siano disposte ad abbracciare l'inclusione e la diversità e ad intraprendere azioni significative. Quanto sei disposto a realizzare davvero l'inclusione? Di solito c'è un divario tra il voler essere semplicemente inclusivo e fare effettivamente qualcosa a riguardo. Quindi l'atteggiamento non riguarda solo l'essere positivo, ma si tratta di avere la volontà di intraprendere un'azione reale.

Scelta

La scelta consiste nello scoprire quali opzioni vogliono le persone e come vogliono essere coinvolte. Si tratta di identificare ciò che un partecipante può fare. La scelta è amica dell'inclusione. Se vengono offerte più opzioni, sarà più facile coinvolgere più persone diverse nelle attività.

Partnership



Le partnership definiscono come si formano le relazioni individuali e organizzative e quanto sono efficaci. Esse possono essere informali (servono solo a collegare le persone) o più formali (servono a stipulare accordi e contratti).

Comunicazione

La comunicazione esamina il modo in cui gli "estranei" vengono informati in merito alle opzioni che consentono loro di essere coinvolti.

Politica

La politica si considera come un'organizzazione che si impegna e si assume la responsabilità dell'inclusione. Si tratta di dire "l'inclusione è importante", ma più di questo si tratta di dire "questo è il modo in cui affronteremo l'inclusione e questo è ciò che significa per noi" e quindi disporre di meccanismi per fornire risposte effettive a tali affermazioni.

Opportunità

Le opportunità esplorano quali opzioni sono disponibili per le persone provenienti da contesti svantaggiati. Questo principio è simile alla scelta ma non è lo stesso: esplora le abitudini che determinano le opportunità effettivamente disponibili nel gruppo con l'obiettivo di includere qualcun altro.

1.1.3 Definizione di gestione

Molti pensatori hanno definito il concetto di gestione in modo del tutto personale. Ad esempio, Van Fleet e Peterson¹ definiscono gestione "come un insieme di attività volte all'utilizzo efficiente ed efficace delle risorse nel perseguimento di uno o più obiettivi". Megginson, Mosley e Pietri² definiscono la gestione come il "lavorare con risorse umane, finanziarie e fisiche per raggiungere obiettivi organizzativi, eseguendo funzioni di pianificazione, organizzazione, guida e controllo". Definizione di gestione di Kreitner: "La gestione è un processo di risoluzione dei problemi per il

1 Van Fleet, D. & Seperich, G. 2013. Agribusiness: Principles of Management. CENGAGE Delmar Learning; International Edition edition. New York.

2 Leon C. Megginson, Donald C. Mosley, Paul H. Pietri. "Management: Concepts and Applications", Harpercollins College Div; Subsequent Edition (December 1, 1991)

raggiungimento efficace degli obiettivi organizzativi attraverso l'uso efficiente di risorse scarse in un ambiente in evoluzione"³. Secondo FW Taylor⁴, "la gestione è l'arte di sapere cosa fare e quando farlo nella maniera più appropriata ed economica

possibile". Secondo Harold Koontz⁵, "la gestione è l'arte di portare a termine le cose attraverso il coinvolgimento di persone formalmente organizzate in gruppi. È l'arte di creare un ambiente in cui le persone possono cooperare per il raggiungimento degli obiettivi comuni".

Riassumendo, "la gestione è un insieme di principi relativi alle funzioni di pianificazione, organizzazione, direzione e controllo e all'applicazione di questi principi nel destinare risorse fisiche, finanziarie, umane e informative in modo efficiente ed efficace in modo da raggiungere determinati obiettivi organizzativi".

1.1.4 Elementi chiave per la gestione

La direzione funge da guida per un gruppo di persone che lavorano nell'organizzazione e coordinano i loro sforzi, verso il raggiungimento dell'obiettivo comune. Per questo motivo, ha caratteristiche chiave specifiche⁶:

1. Universale
2. Orientata all'obiettivo
3. Processo continuo
4. Multidimensionale
5. Attività di gruppo
6. Funzione dinamica

3 Kreitner R. J. (1995), Management 6 th Edition, Houghton Mifflin Company, USA.

4 F.W. Taylor, "The Principles of Scientific Management", Paperback Edition

5 Harold Koontz, "Management: Study Guide", McGraw-Hill Inc.,US; 9th edition (March 1, 1988)

6 Business Management Ideas, "The 7 most important key features of management", <https://www.businessmanagementideas.com/management/7-most-important-features-of-management/1787>

7. Forza immateriale

Universale

Tutte le organizzazioni, a scopo di lucro o meno, necessitano di un management per lo svolgimento delle loro attività. Quindi è di natura universale.

Orientato all'obiettivo

Ogni organizzazione è impostata con un obiettivo predeterminato e la gestione aiuta a raggiungere tali obiettivi in modo tempestivo e senza intoppi.

Processo continuo

È un processo continuo che tende a persistere finché l'organizzazione esiste. È richiesto in ogni sfera dell'organizzazione (sia che si tratti di produzione, risorse umane, finanza o marketing).

Multidimensionale

La gestione non si limita alla sola amministrazione delle persone, ma gestisce anche il lavoro, i processi e le operazioni, il che la rende un'attività multidisciplinare.

Attività di gruppo

Un'organizzazione è composta da vari membri che hanno esigenze, aspettative e convinzioni diverse. Ogni persona entra a far parte dell'organizzazione con un motivo diverso, ma dopo essere diventata parte dell'organizzazione lavora per raggiungere lo stesso obiettivo. Richiede supervisione, lavoro di squadra e coordinamento, e in questo modo entra in gioco la gestione.

Funzione dinamica

Un'organizzazione esiste in un ambiente aziendale che ha vari fattori sociali, politici, legali, tecnologici ed economici. Un leggero cambiamento in uno qualsiasi di questi fattori influenzerà la crescita e le prestazioni dell'organizzazione. Quindi, per superare questi cambiamenti, il management formula strategie e le mette in atto.

Forza immateriale

Il management non può essere né visto né toccato, ma se ne può sentire l'esistenza, nel modo in cui l'organizzazione funziona.

1.1.5 Definizione di gestione inclusiva

Una volta chiariti i due addendi, si può procedere ad una definizione più organica di “gestione inclusiva”, con la convinzione che l'insieme sarà maggiore della somma delle parti. Riassumendo le migliori definizioni individuate (inclusivo come *“l'azione di includere, o di essere inclusi, all'interno di un gruppo o struttura in un continuo scambio – tra i partecipanti – di competenze, abilità, esperienze, ecc.”* e gestione come *“una guida per un gruppo di persone che lavorano nell'organizzazione e coordinano i loro sforzi, verso il raggiungimento dell'obiettivo comune”*), è possibile definire la gestione inclusiva come *“una guida per un gruppo di persone che lavorano nell'organizzazione e coordinano i loro sforzi verso il raggiungimento di un obiettivo comune. Questa guida si realizza anche attraverso l'inclusione, all'interno del gruppo citato, di nuove persone, fornendo al gruppo stesso le proprie competenze, abilità, esperienze e – soprattutto – la propria prospettiva personale”*.

La componente di management all' interno del concetto di gestione inclusiva comporta che l'inclusione è un progetto gestito e in corso piuttosto che uno stato raggiungibile. La componente di inclusione significa qualcosa di diverso dall'uso comune di inclusione ed esclusione in riferimento alla diversità socioeconomica dei partecipanti: inclusione in questa analisi sottolinea la diversità in termini di necessità di una diversità di prospettive per promuovere la scoperta civica in modo deliberativo.

La definizione di gestione inclusiva è estremamente liquida e dinamica, così come la sua diretta applicazione: l'approccio della gestione inclusiva è applicabile in molteplici contesti. Ad ogni modo, il contesto in cui la metodologia della gestione inclusiva è ben sfruttata è il mondo del lavoro, dove la gestione inclusiva diventa un modello di pratiche da parte dei decisori pubblici che facilitano l'inclusione dei dipendenti pubblici, degli esperti, del pubblico stesso e dei politici nell'affrontare in modo collaborativo i problemi pubblici o le preoccupazioni di interesse pubblico. Nel modello di gestione inclusiva, i manager si concentrano sullo sviluppo della capacità del pubblico di partecipare al processo politico. Un modo in cui questa capacità viene costruita è

attraverso la strutturazione e il mantenimento delle relazioni da parte dei manager che operano in una miriade di strutture relazionali utilizzate per prendere decisioni, attuare politiche e identificare le priorità pubbliche. Queste relazioni danno forma, pongono vincoli o presentano opportunità per il modo in cui viene perseguita la politica pubblica.

1.5.6 Altri concetti chiave che concorrono a definire il concetto di gestione inclusiva

Partecipazione

La partecipazione nelle scienze sociali si riferisce a diversi meccanismi attraverso i quali il pubblico può esprimere opinioni e – idealmente – esercitare influenza riguardo a decisioni politiche, economiche, gestionali o di altro tipo. Il processo decisionale partecipativo può aver luogo in qualsiasi ambito dell'attività sociale umana, inclusi gli ambiti economici, politici, gestionali, culturali o familiari. Affinché avvenga una partecipazione ben informata, si sostiene che alcune versioni di trasparenza, ad es. una trasparenza radicale, sia necessaria, ma non sufficiente.

Impegno sociale

L'impegno sociale è correlato alla partecipazione ad attività collettive, che rafforzano il capitale sociale e le norme sociali. Gli elementi chiave dell'impegno sociale includono l'attività (fare qualcosa), l'interazione (almeno due persone devono essere coinvolte in questa attività), lo scambio sociale (l'attività implica il dare o ricevere qualcosa dagli altri) e la mancanza di compulsione (non c'è da forzare un individuo a impegnarsi nell'attività). Per la maggior parte, l'impegno sociale esclude le attività per le quali si viene pagati o gli obblighi familiari. Una metrica comune dell'impegno sociale è il volume quantificabile di attività svolte. Una forma tradizionale di impegno sociale, come l'andare in chiesa, può essere misurata dal numero delle proprie visite in chiesa. Nell'impostazione di internet, una metrica dell'impegno sociale su un forum di discussione può assumere la forma del numero di post pubblicati.

Uno degli argomenti principali nello studio dell'impegno sociale da parte degli scienziati è legato al fatto che gli individui siano più o meno coinvolti in varie comunità. Alcuni studi hanno suggerito come le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione abbiano reso più facile per gli individui impegnarsi socialmente in comunità più lontane o virtuali, e quindi hanno ridotto il loro

coinvolgimento nelle comunità locali (vedi anche *Bowling Alone*). La promozione di comportamenti positivi e le opportunità di impegno sociale servono anche come obiettivi chiave nel campo dello sviluppo positivo dei giovani.

1.2. Aspetti chiave della Gestione Inclusiva

1.2.1 Come implementare un processo di “gestione inclusiva”

Esistono diverse strategie⁷ per attuare un processo di gestione inclusiva, in particolare quando è riferito al mondo del lavoro:

1. Creare una cultura aperta e responsabilizzante
2. Dare l'esempio
3. Distribuire il lavoro con l'input del team
4. Trovare il tempo per la connessione
5. Dedicare del tempo a dare supporto

Creare una cultura aperta e responsabilizzante

I manager inclusivi comunicano apertamente con i membri del team, dando loro voce e sollecitando il loro feedback. Di conseguenza, creano una cultura definita da trasparenza, onestà e fiducia. Attraverso questa cultura, questi manager autorizzano le persone a prendere decisioni e i dipendenti sentono di avere una maggiore responsabilità sul proprio lavoro.

Dare l'esempio

I manager inclusivi non solo comunicano una cultura inclusiva, ma vivono le norme che cercano di instillare nella loro squadra. Ad esempio, comunicano i propri errori e sono aperti e trasparenti con il proprio team, incoraggiando i propri dipendenti a fare lo stesso. Ad esempio, quando i manager parlano di un errore che hanno commesso e di ciò che hanno

7 Candice Morgan, “Part of the Team: Designing Inclusive Management at Pinterest”, <https://medium.com/inclusion-insights/part-of-the-team-designing-inclusive-management-at-pinterest-60dee2874387>

imparato da esso, è più probabile che il loro team comunichi, piuttosto che coprire i propri errori.

Distribuire il lavoro con l'input del team

I manager inclusivi vedono la distribuzione del lavoro come un processo collaborativo tra il manager e i membri del team. Danno alle persone l'opportunità di lavorare su progetti a cui sono particolarmente interessati e si assicurano che le persone abbiano incarichi estensivi. Per farlo in modo efficace, sollecitano il contributo delle persone prima di distribuire gli incarichi.

Trovare il tempo per la connessione

I manager inclusivi trovano il tempo per socializzare con i loro team. Nello specifico, organizzano eventi di team building frequenti e strutturati. La ricerca mostra che questo tipo di socializzazione strutturata porta a una maggiore fiducia organizzativa e senso di appartenenza, soprattutto per le persone che sono sottorappresentate all'interno di un'organizzazione.

Dedicare del tempo a dare supporto

Se un membro del team è in difficoltà, i manager eccezionalmente inclusivi forniscono ulteriore supporto. Possono assegnare un mentore tra pari o offrire tempo extra per guidare il collega in difficoltà.

1.2.2 Fasi di un processo di gestione dell'inclusività

Ciascun progetto inserito nell'ambito di un processo di gestione dell'inclusività può essere suddiviso in fasi e questa divisione facilita la valutazione di quando e in quale misura un approccio inclusivo è rilevante. Dal punto di vista istituzionale, ci sono quattro fasi chiave di un processo di gestione inclusiva:

1. Fase di ricerca
2. Fase di progettazione
3. Fase di attuazione

4. Fase di valutazione

La fase di ricerca è quella in cui il problema viene definito con precisione. Tutte le parti interessate possono essere coinvolte in questo processo. La ricerca sul problema dello sviluppo può includere: lo studio di esperienze precedenti, la conoscenza di atteggiamenti individuali e comunitari, l'analisi di

politiche esistenti e altre informazioni contestuali rilevanti relative a condizioni socio-economiche, cultura, spiritualità, genere, ecc.

La fase di progettazione definisce le attività effettive. Un approccio partecipativo aiuta a garantire l'impegno delle comunità coinvolte. La partecipazione attiva dei cittadini locali e delle altre parti interessate mira a migliorare sia la qualità che la pertinenza degli interventi suggeriti.

La fase di attuazione è quando l'intervento pianificato viene attuato. La partecipazione in questa fase aumenta l'impegno, la rilevanza e la sostenibilità.

La fase di valutazione garantisce che i cambiamenti più significativi siano espressi, portati all'attenzione comune e valutati. Per una valutazione significativa, gli indicatori e le misurazioni dovrebbero essere definiti in un processo partecipativo che coinvolga tutte le parti interessate.

1.2.3 Benefici del processo di gestione inclusiva

Se tutti i passaggi sono stati seguiti accuratamente, un processo di gestione inclusiva può portare ai seguenti vantaggi:

1. Maggiore soddisfazione sul lavoro
2. Minor turnover
3. Maggiore produttività

4. Morale più alto
5. Miglioramento della creatività e dell'innovazione
6. Migliore risoluzione dei problemi
7. Maggiore flessibilità organizzativa
8. Dipendenti migliori

Maggiore soddisfazione sul lavoro

Quando ti senti apprezzato per il tuo lavoro, ne sarai più soddisfatto. L'apprezzamento è un'incredibile motivazione e non sempre significa dare via più soldi. Le organizzazioni inclusive tendono a riconoscere il duro lavoro svolto dai propri dipendenti.

Minor turnover

Se sei riconosciuto e apprezzato e ti rendi conto che il lavoro che fai risulta prezioso, perché andartene? Le persone lasciano le organizzazioni che ritengono si stiano approfittando di loro (o di altre persone), ma le organizzazioni inclusive non lo fanno. Le organizzazioni inclusive trovano il modo di mostrare visibilmente quanto apprezzano tutti i loro contributori, ed è ciò che manterrà le persone lì.

Maggiore produttività

Le organizzazioni inclusive aiutano ad aumentare la produttività degli individui perché sono motivati e sanno che il loro lavoro è apprezzato. In un ambiente in cui sentono che il loro lavoro verrà ignorato, non c'è motivazione per un dipendente a trovare modi per lavorare in modo più intelligente. Ma quando il lavoro è visibile e apprezzato, le persone sono motivate a fare ancora meglio, non solo per se stesse, ma per l'azienda.

Morale più alto dei dipendenti

La felicità è in qualche modo contagiosa. Essendo inclusivi e valorizzando tutti, è più probabile che i dipendenti siano soddisfatti del proprio lavoro. E se le persone intorno a te sono felici e soddisfatte, è più probabile che anche un dato individuo sia felice.

Miglioramento della creatività e dell'innovazione

La diversità delle persone porta diversità di pensiero che, a sua volta, porta diversità di idee. E quando combini queste varie idee insieme, potresti trovare la soluzione creativa, innovativa o rivoluzionaria che non sarebbe mai stata scoperta senza menti diverse al lavoro insieme.

Migliore risoluzione dei problemi

Esistono due modi comuni per risolvere un problema: 1) aver visto un problema simile prima e applicare la stessa soluzione o una adeguatamente modificata, oppure 2) comprendere la sfida e trovare una soluzione creativa per risolverla. Avere background diversi migliora la probabilità di entrambe le soluzioni: esperienze diverse significa 1) aumentare le possibilità che qualcuno abbia già risolto un problema simile; 2) promuovere idee creative che possano risolvere il problema.

Maggiore flessibilità organizzativa

Il mondo può cambiare piuttosto rapidamente e le organizzazioni migliori sono quelle che possono adattarsi a quel cambiamento. Un'organizzazione inclusiva è flessibile e può adattarsi ai cambiamenti del mondo perché è diversificata e collaborativa, mentre la comunicazione costante consente alle persone di passare da un ruolo all'altro con maggiore velocità e abilità. Quando le condizioni cambiano, l'organizzazione inclusiva può cambiare insieme a loro.

Dipendenti migliori

Il vantaggio a lungo termine per le organizzazioni inclusive è che creano, attraggono e trattengono i migliori dipendenti. Li creano migliorando le capacità di problem solving e incoraggiando una crescita e un miglioramento costanti. Li attraggono perché le persone vogliono lavorare per un'azienda che è ad alte prestazioni, apprezza la diversità e ha un alto morale dei dipendenti. Li conservano perché l'azienda cresce, le persone si sentono apprezzate e sono felici di quello che fanno. Tutto ciò significa dipendenti migliori, il che significa risultati migliori per l'azienda.

2

Il concetto di inclusività nell'ambito del progetto RTV

2.1. La gestione inclusiva nel settore dei media: il coinvolgimento dei protagonisti

Tornando alla definizione fornita, 1) l'approccio di gestione inclusiva è applicabile in molteplici contesti e 2) la sua definizione è estremamente liquida e dinamica, a seconda della tipologia degli utenti target – e delle relative abilità, competenze, prospettive personali – coinvolti nel processo in corso.

Il presente paragrafo analizzerà le possibili declinazioni dell'utilizzo dell'approccio della gestione inclusiva all'interno dell'industria dei media e le sfaccettature diversificate a seconda degli utenti target coinvolti.

2.2.1 Definizione di industria dei media

“L'industria dei media non è un monolite, ma piuttosto un conglomerato di diversi settori che hanno la creazione di contenuti come attività comune” Kung (2008:17)

I media sono i mezzi di comunicazione o gli strumenti utilizzati per archiviare e fornire informazioni o dati. Il termine si riferisce ai vari componenti dell'industria delle comunicazioni di massa, come la stampa, l'editoria, i mezzi di informazione, la fotografia, il cinema, la radiodiffusione (radio e televisione) e la pubblicità.

I mass media si riferiscono a una vasta gamma di tecnologie multimediali che raggiungono un vasto pubblico attraverso la comunicazione di massa. I mezzi di trasmissione, che rappresentano il fulcro dell'attuale metodologia, trasmettono informazioni elettronicamente tramite media quali film, radio, musica registrata o televisione. I media digitali comprendono

sia Internet che la comunicazione mobile di massa. Internet comprende servizi come e-mail, social media, siti web e radio / televisione basate su Internet. Molti altri mezzi di comunicazione di massa hanno una presenza aggiuntiva sul web, ad esempio collegandosi o pubblicando annunci TV online o distribuendo codici QR su carta stampata per indirizzare gli utenti a un sito Web. I media trasmettono informazioni tramite mezzi come: pubblicità; cartelloni; dirigibili; cartelloni pubblicitari, cartelli o chioschi posizionati all'interno e all'esterno di autobus, edifici commerciali, negozi, stadi sportivi, vagoni della metropolitana o treni. I supporti su stampa trasmettono informazioni tramite oggetti fisici, come libri, fumetti, riviste, giornali o opuscoli. Anche l'organizzazione di eventi e il parlare in pubblico possono essere considerati forme di mass media. Le organizzazioni che controllano queste tecnologie, quali studi cinematografici, case editrici e stazioni radiofoniche e televisive, sono anche conosciute con l' appellativo di mass media.

Essendo composta da più settori, l'industria dei mass media coinvolge diverse professioni e percorsi formativi diversificati. Tra le professioni possibili, una delle più rilevanti è il giornalismo, che è la disciplina della raccolta, dell'analisi, della verifica e della presentazione di informazioni riguardanti l'attualità, le tendenze, i problemi e le persone.

Il giornalismo orientato alle notizie è talvolta descritto come la "prima bozza della storia" (frase attribuita a Phil Graham), perché i giornalisti spesso registrano eventi importanti, producendo articoli dalla fruibilità immediata. Mentre sono sotto pressione per essere i primi con le loro storie, le redazioni dei media di solito modificano e correggono le bozze dei loro rapporti prima della pubblicazione, aderendo a standard di accuratezza, qualità e stile.

Con riferimento ai possibili percorsi formativi, al loro interno è possibile adottare l'approccio gestionale inclusivo, la cui applicabilità dipende dalla tipologia degli utenti target – e dalle relative abilità, competenze, prospettive personali – coinvolti in questo processo in itinere. Applicare l'approccio della gestione inclusiva all'interno del settore dei mass media significa elencare diversi approcci:

- apprendimento collaborativo: insegnanti che coinvolgono studenti

- partecipazione di esperti: scuole che coinvolgono giornalisti professionisti
- approccio crowdsourcing: giornalisti che coinvolgono il pubblico

2.2.2 Apprendimento collaborativo: insegnanti che coinvolgono studenti

Docenti di giornalismo e radiodiffusione coinvolgono direttamente gli studenti e chiedono loro di fornire il loro punto di vista: questa è la prima versione dell'approccio della gestione inclusiva implementato nell'industria dei mass media. E questa versione rientra facilmente nella definizione di apprendimento collaborativo.

"Apprendimento collaborativo" è un termine generico per una varietà di approcci educativi che coinvolgono uno sforzo intellettuale congiunto da parte degli studenti, o di studenti e insegnanti insieme⁸. Di solito, gli studenti lavorano in gruppi di due o più, cercando reciprocamente comprensione, soluzioni o significati, o creando un prodotto. Le attività di apprendimento collaborativo variano parecchio, ma si concentrano principalmente sull'esplorazione o sull'applicazione, da parte degli studenti, del materiale del corso, non semplicemente sulla presentazione o spiegazione dell'insegnante.

L'apprendimento collaborativo rappresenta un significativo allontanamento dal tipico ambiente centrato sull'insegnante o centrato sulla lezione. Nelle classi collaborative, il processo di lezione/ascolto/appunti non scompare del tutto, ma convive con altri processi che si basano sulla discussione degli studenti e sul lavoro attivo con il materiale del corso. Gli insegnanti che utilizzano approcci di apprendimento collaborativo tendono a considerarsi meno come esperti trasmettitori di conoscenza per gli studenti, e più come esperti progettisti di esperienze intellettuali per gli studenti, come allenatori di un processo di apprendimento più emergente.

Pertanto, si parla di apprendimento collaborativo quando gruppi di studenti lavorano insieme per cercare comprensione, significato o soluzioni o per creare un artefatto o prodotto del loro

8 Smith, B. L., and J. MacGregor (1992), *Collaborative learning: a sourcebook for Higher Education*, University Park

apprendimento (in particolare, nel settore dei media, creando un nuovo formato TV o pianificando un nuovo programma radiofonico). Inoltre, l'apprendimento collaborativo ridefinisce la tradizionale relazione studente-insegnante. Le attività di apprendimento collaborativo possono includere scrittura collaborativa, progetti di gruppo, risoluzione di problemi comuni, dibattiti, gruppi di studio e altre attività.

L'apprendimento collaborativo mira a far sì che gli studenti facciano affidamento sulle risorse collettive della comunità studentesca e instillino un senso di indipendenza e responsabilizzazione, oltre a valorizzare il prossimo come una risorsa importante. Considerando il contesto specifico – l'industria dei media – la gestione inclusiva/l'apprendimento collaborativo, se implementati con successo, potrebbero soddisfare il vero scopo dell'istruzione, alimentando cittadini responsabili che collaborano con i loro concittadini per affrontare problemi sociali, economici e altri simili.

Il miglior apprendimento avviene quando gli studenti sono attivamente coinvolti in un progetto. L'apprendimento collaborativo è un approccio che incoraggia gli studenti a creare gruppi e lavorare insieme per risolvere un determinato problema.

Ci sono diversi vantaggi che gli studenti ottengono quando lavorano in un ambiente di gruppo. In particolare, grazie alla gestione inclusiva/apprendimento collaborativo, gli studenti:

- Sviluppano abilità sociali

L'apprendimento collaborativo fa lavorare insieme studenti con background e razze diverse. Si incontrano in un ambiente che forse non sarebbe possibile se non fosse per l'apprendimento collaborativo. Per risolvere un problema, gli studenti devono comunicare: sono in grado di ascoltare opinioni diverse e conoscere meglio culture diverse e potrebbero anche riflettere sui propri valori, rispetto a quelli degli altri nel gruppo.

- Imparano dai coetanei

In generale, le persone hanno abilità, passioni e conoscenze diverse. In un piccolo gruppo collaborativo, quando viene sollevata una domanda, studenti diversi possono avere risposte diverse e i bambini possono imparare cose nuove l'uno dall'altro, ma anche comprendere prospettive diverse.

- Creano fiducia

Per raggiungere un obiettivo, gli studenti devono lavorare insieme. Possono lavorare insieme senza fidarsi l'uno dell'altro, ma per una collaborazione efficace e per raggiungere un obiettivo comune, devono imparare a fidarsi l'uno dell'altro.

- Si impegnano nell'apprendimento

In un piccolo gruppo, ogni studente ha l'opportunità di esprimere le proprie idee. Essere in grado di farlo ed essere ascoltati può dare la sensazione di importanza e valore. L'esperienza di apprendimento diventa più divertente e gli studenti sono desiderosi di saperne di più.

- Acquisiscono fiducia

Poiché gli studenti lavorano in squadra, ricevono anche più supporto, quindi acquisiscono fiducia. L'apprendimento collaborativo può aiutare gli studenti timidi a esprimersi di più. Accettare il compito in questione e portarlo a termine con successo potrebbe aumentare la fiducia degli studenti. Presentare le proprie idee ai colleghi e presentarle all'insegnante potrebbe anche migliorare le capacità di comunicazione degli studenti.

- Migliorano le capacità analitiche e il pensiero critico

Lavorare in gruppo potrebbe aiutare gli studenti ad acquisire capacità di pensiero critico e di risoluzione dei problemi, in particolare per gli studenti del settore dei media. Quando un compito è a portata di mano, loro – come gruppo – potrebbero concentrarsi sul portarlo a termine con successo. Un apprendimento collaborativo attivo richiede che un istruttore consideri l'insegnamento come un metodo per sviluppare e aumentare la capacità di apprendimento degli studenti poiché il loro ruolo è quello di trasmettere informazioni facilitando il processo di apprendimento.

- Migliorano la capacità di risoluzione dei problemi

L'apprendimento collaborativo implica la chiara definizione di un compito educativo con istruzioni che richiedono agli studenti di discutere il lavoro in modo da trovare soluzioni al problema. Durante la discussione, sono incoraggiati ad ascoltare attentamente i commenti dei membri del gruppo. Contribuiscono inoltre alla condivisione e possono rivalutare le proprie opinioni e trarre conclusioni. Sebbene a volte la discussione di gruppo possa cadere sotto il controllo dell'individuo più rumoroso, gli studenti devono essere sistematici dando a ciascuno la possibilità di parlare. Stabiliscono anche un limite di tempo per ridurre al minimo la posizione dominante. Il fatto che gli studenti debbano fornire risposte al compito a portata di mano richiede partecipazione attiva.

- Sviluppano capacità di autogestione

Per essere giornalisti, produttori di video o anchorman bravi e affidabili, gli studenti devono essere bravi a risolvere i problemi, in grado di pensare a compiti impegnativi e di esaminare e esaminare le soluzioni. Tali abilità sono naturalmente implementate attraverso l'approccio di gestione inclusiva/apprendimento collaborativo.

- Sviluppano capacità di comunicazione orale

L'apprendimento collaborativo dipende dall'efficacia del gruppo affinché gli studenti possano partecipare e portare a termine i loro compiti. L'intera discussione di gruppo si basa su forti capacità comunicative (invio di informazioni, ricezione di feedback e condivisione con l'intera classe), che sono ancora più cruciali nel settore dei media.

2.2.3 Partecipazione di esperti: scuole che coinvolgono giornalisti professionisti

La seconda versione dell'approccio di gestione inclusiva utilizzato nell'industria dei media è coerente con l'idea secondo cui un gruppo può trarre vantaggio dall'inclusione di nuove persone e, in particolare, dalle loro competenze, abilità, esperienze e prospettive personali. Il gruppo che beneficia dell'approccio di gestione inclusiva è rappresentato dalle scuole, le persone che forniscono le proprie capacità e competenze sono giornalisti professionisti.

Il lavoro dei giornalisti aiuta a plasmare politiche e opinioni, consentendo dibattiti e discussioni e mantenendo il pubblico informato su ciò che sta accadendo nel mondo che li circonda. I giornalisti spesso affermano che l'indagine e la cronaca sono nel loro DNA. La

realtà, tuttavia, è che qualcuno ha sicuramente instillato in loro l'amore per la scrittura, li ha aiutati a sviluppare capacità di pensiero critico e ha mostrato loro i modi migliori per ottenere le informazioni che cercano. Gli insegnanti certificati di giornalismo sono determinanti nel plasmare i futuri giornalisti e nell'insegnare agli studenti le abilità essenziali del settore quali ricercare, intervistare, scrivere e modificare, tra le altre. Una solida istruzione secondaria sui fondamenti del giornalismo può ispirare una passione per tutta la vita per la creazione di storie basate su parole, immagini o video. La gestione inclusiva

nell'industria dei mass media prevede la possibilità di affidarsi a esperti – giornalisti professionisti – nella formazione di futuri esperti.

Un giornalista, in qualità di insegnante, mostra una conoscenza di livello superiore della storia del settore e condivide le migliori pratiche, contribuendo efficacemente a plasmare le carriere e il sostentamento della prossima generazione di giornalisti. Affidarsi a giornalisti professionisti consente ai potenziali insegnanti di pianificare ed eseguire in modo efficace i programmi dei corsi per aiutare gli studenti a sviluppare abilità essenziali come scrivere, intervistare e fare ricerche.

I giornalisti sanno applicare la loro conoscenza nello sviluppo giornalistico, sono perfettamente consapevoli del ruolo dei mass media nella società e valutano le capacità che sono necessarie per essere un produttore critico all'interno dell'industria dei mass media. Ancora più importante, le loro credenziali professionali li aiutano a capire come trasferire le loro conoscenze in classe attraverso compiti, lezioni e attività pratiche.

“Il giornalismo è un settore complesso e sfaccettato con regole, pratiche e piattaforme mutevoli. I giornalisti che agiscono come insegnanti esperti, coinvolti direttamente dalle scuole all'interno di questo approccio di gestione inclusiva, svolgono un ruolo importante nell'aiutare gli studenti a comprendere ed esplorare i vari aspetti della professione, che vanno dallo sviluppo dei contenuti agli standard del diritto d'autore alla raccolta e alla valutazione delle informazioni”. In particolare, gli insegnanti di giornalismo di successo possono portare i loro studenti a intraprendere carriere come:

- Blogger
- Specialisti in pubbliche relazioni
- Editori
- Giornalisti radiotelevisivi
- Scrittori tecnici
- Giornalisti di notizie
- Giornalisti di riviste
- Editori

L'informazione è il cuore e l'anima del giornalismo. I futuri insegnanti devono essere in grado di coinvolgere gli studenti in attività dentro e fuori l'aula che mettano alla prova le loro capacità di raccogliere ed elaborare informazioni per produrre prodotti giornalistici come articoli, diari fotografici, notiziari radiofonici e rapporti. Gli insegnanti possono facilmente “accoppiare” gli studenti in classe per far esercitare le loro capacità di intervista, valutandoli sulle loro domande iniziali e di indagine, nonché sulla qualità dei loro appunti.

Sebbene lo sviluppo dei contenuti sia un obiettivo primario, il mutevole panorama dei media presenta anche nuove sfide legali ed etiche. I futuri insegnanti - e, in questo caso, l'esperienza che i giornalisti portano diventa essenziale - devono mostrare una comprensione approfondita dei principi legali ed etici del giornalismo, compresi statuti e regolamenti che si evolvono con il mutare della tecnologia. Con l'avvento dei social media, degli e-reader e di altre tecnologie digitali, i confini legali ed etici possono essere facilmente sfumati. I contenuti digitali protetti da copyright possono essere volutamente o inavvertitamente sottratti all'autore originale e utilizzati per costruire una storia,

esponendo un giornalista ad accuse di plagio intenzionale o non intenzionale e violazione del copyright.

Allo stesso modo, le nuove piattaforme digitali forniscono mezzi più efficienti per raggiungere un pubblico più ampio. Allo stesso tempo, i giornalisti devono prestare attenzione a come fanno riferimento o citano un rappresentante individuale o organizzativo di pubblico dominio. L'uso dei social media e di altre piattaforme può lasciare un giornalista

esposto a potenziali azioni legali per violazione di vari regolamenti delle tecnologie digitali. Gli insegnanti certificati devono rimanere al passo con gli sviluppi tecnologici nel giornalismo attraverso laboratori di formazione continua e ricerca nel proprio tempo libero, in modo da essere in grado di spiegare agli studenti come rispettare gli obblighi legali ed etici di un giornalista. I giornalisti che agiscono come insegnanti imparano a sviluppare programmi e attività che guidano gli studenti attraverso il brainstorming, le domande, i rapporti, la raccolta e la sintesi di informazioni, la scrittura, la modifica e la valutazione dei prodotti multimediali.

Ad esempio, un insegnante di giornalismo può essere coinvolto in pubblicazioni gestite dagli studenti come un giornale scolastico o una rivista online per offrire lezioni pratiche nel processo giornalistico. Utilizzando come modelli pubblicazioni popolari come giornali noti e ampiamente distribuiti, gli insegnanti possono strutturare il personale studentesco in modo che rispecchi una redazione, completa di un caporedattore, redattori del personale e specialisti del layout. Gli studenti determinano i processi di sviluppo e pubblicazione dei contenuti, le scadenze, apprendono le aree interfunzionali delle operazioni dei giornali e possono fare affidamento sull'insegnante come consulente per il raggiungimento dei propri obiettivi.

I giornalisti che agiscono come insegnanti possono avere un enorme impatto sulle future carriere degli aspiranti giornalisti. L'apprendimento dei fondamenti, dei principi e delle pratiche giornalistiche consente agli studenti di esplorare le loro ambizioni creative, che stiano indagando sulla corruzione, scattando foto di città in decadimento o intervistando celebrità. Qualunque sia il percorso, tutto inizia con il tempo trascorso in classe con il proprio insegnante.

2.2.4 Approccio crowdsourcing: giornalisti che coinvolgono il pubblico

L'ultima versione dell'approccio di gestione inclusiva adattato all'industria dei mass media è rappresentata dal “citizen journalism” (ribattezzato anche “giornalismo open source”, “giornalismo di strada”, “giornalismo partecipativo” e “giornalismo democratico”). Quest'ultima versione è perfettamente in linea con la definizione iniziale di gestione inclusiva come processo in cui emerge la necessità di una diversità di prospettive per promuovere la scoperta civica e la capacità del pubblico di partecipare al processo politico.

Il citizen journalism si basa su cittadini pubblici che *"svolgono un ruolo attivo nel processo di raccolta, segnalazione, analisi e diffusione di notizie e informazioni"*⁹. Allo stesso modo, Courtney C.

Radsch definisce il citizen journalism *"come una forma alternativa e attivista di raccolta e cronaca di notizie che funziona al di fuori delle istituzioni dei media tradizionali, spesso come risposta alle carenze nel campo giornalistico professionale, che utilizza pratiche giornalistiche simili ma è guidato da obiettivi e ideali diversi e fa affidamento su fonti di legittimità alternative rispetto al giornalismo tradizionale o mainstream"*¹⁰. Jay Rosen offre una definizione più semplice: *"Quando le persone precedentemente conosciute come il pubblico utilizzano gli strumenti di stampa in loro possesso per informarsi reciprocamente"*¹¹.

Il principio alla base del citizen journalism è che le persone comuni, non i giornalisti professionisti, possono essere i principali creatori e distributori di notizie. Il giornalismo cittadino non deve essere confuso con: il giornalismo di comunità o giornalismo civico, entrambi praticati da giornalisti professionisti; il giornalismo collaborativo, che è la pratica di giornalisti professionisti e non professionisti che lavorano insieme; e il social journalism, che denota una pubblicazione digitale con un ibrido di giornalismo professionale e non professionale.

Il citizen journalism è una forma specifica sia di citizen media che di contenuti generati dagli utenti (UGC). Contrapponendo il termine "cittadino", con le relative qualità di senso civico e responsabilità sociale, con quello di "giornalismo", che si riferisce a una particolare professione, Courtney C. Radsch sostiene che *"questo termine descrive al meglio questa*

9 Bowman, S. and Willis, C. "We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information", 2003, The Media Center at the American Press Institute.

10 Radsch, Courtney C. The Revolutions will be Blogged: Cyberactivism and the 4th Estate in Egypt. Doctoral Dissertation, American University, 2013.

11 Jay Rosen (July 14, 2008). "A Most Useful Definition of Citizen Journalism". PressThink. Retrieved May 21, 2012.

particolare forma di giornalismo digitale condotto da amatori, perché sottolinea il legame tra la pratica del giornalismo e il suo rapporto con la sfera politica e pubblica”¹².

L'avvento di Internet, delle nuove tecnologie, delle piattaforme sociali e dei mass media di base hanno determinato un cambiamento significativo nella raccolta, diffusione e condivisione delle informazioni. Il citizen journalism può essere considerato figlio di questa evoluzione, una forma alternativa di raccolta e cronaca di notizie, che si svolge al di fuori delle strutture mediatiche tradizionali e che può coinvolgere chiunque. La nascita del citizen journalism è spesso attribuita alla Corea del Sud, dove è stata creata la prima piattaforma di informazione generata da amatori, OhMyNews. Il principio era semplice: chiunque può partecipare al processo di creazione dell'informazione, come implica la nozione di citizen journalism. Da lettore a partecipante, i cittadini hanno ora cambiato il loro status da semplici destinatari di informazioni a fornitori. Non si tratta necessariamente di un processo del tutto nuovo, tuttavia. Quando Abraham Zapruder ha preso la sua cinepresa amatoriale e ha deciso di andare a registrare il raduno di John F. Kennedy a Dallas, ha

inavvertitamente catturato le immagini del suo assassinio: questa potrebbe essere considerata una proto-forma di citizen journalism, poiché ciò che lo definisce davvero è la sua natura da “inesperto”. Zapruder ha fornito il suo film ai servizi segreti per aiutarli nelle loro indagini. Anche se non è stato l'unico film dell'evento, è stato il più completo.

Da quelle proto-forme di citizen journalism agli sviluppi più recenti di questo fenomeno, poiché le nuove tecnologie mediatiche, come i social network e i siti di condivisione dei media, oltre alla crescente diffusione dei telefoni cellulari, hanno reso il citizen journalism più accessibile alle persone. I recenti progressi nei nuovi media hanno iniziato ad avere un profondo impatto politico. A causa della disponibilità della tecnologia, i cittadini spesso possono segnalare le ultime notizie più rapidamente rispetto ai giornalisti dei media tradizionali. Esempi notevoli di citizen journalism che riportano i principali eventi mondiali

12 Deutsch Karlekar, Karin; Radsch, Courtney C. (July 1, 2012). "Adapting Concepts of Media Freedom to a Changing Media Environment: Incorporating New Media and Citizen Journalism into the Freedom of the Press Index". *ESSACHESS Journal for Communication Studies*. 5 (1, 2012) – via SSRN.

sono: il terremoto di Haiti del 2010, la Primavera araba, il movimento Occupy Wall Street, le proteste del 2013 in Turchia, gli eventi di Euromaidan in Ucraina e la guerra civile siriana, i disordini di Ferguson del 2014 e il Movimento Black Lives Matter.

I media tradizionali, mentre combattevano il calo dei lettori e dei telespettatori, si sono lanciati nella mischia con i propri siti web e con i blog dei propri giornalisti, e molti giornali hanno invitato i lettori a contribuire con le notizie della comunità ai loro siti web. Alcuni gruppi hanno avviato i propri siti di notizie online "iperlocali" per coprire gli avvenimenti dei vari quartieri o argomenti specializzati che non vengono riportati dalle organizzazioni dei media più grandi.

Ma se la denuncia dei cittadini ha rimodellato l'azione collettiva e la mobilitazione, può anche dare adito a un nuovo spazio di controllo e di interferenza da parte dei governi. Quando la denuncia dei cittadini è fiorita a Hong Kong durante le manifestazioni pro-democrazia, il governo cinese ha intimidito i blogger minacciandoli con una condanna a 3 anni. A Istanbul, il governo di Recep Tayyip Erdoğan ha aumentato la censura su Internet ed è arrivato al punto di bloccare temporaneamente l'accesso a determinate piattaforme social come Twitter e YouTube utilizzate dai giovani turchi per criticare e denunciare i politici e riunirsi per le proteste. In Iran, i sistemi di filtraggio intelligenti consentono alle autorità di controllare alcuni contenuti online. Il citizen journalism è rimasto un modo per dirottare i protocolli di censura nei media convenzionali.

La storia ha mostrato la capacità dei governi di controllare la produzione e la distribuzione delle informazioni. Gli artisti di guerra nel corso della storia sono stati ufficialmente autorizzati dai governi a registrare fedelmente conflitti e battaglie, ma cosa sappiamo degli elementi che sono stati omessi? La segnalazione può mai essere veramente imparziale? In che modo essere sia un partecipante che un giornalista può consentire l'obiettività e la neutralità giornalistica?

Poiché il citizen journalism deve ancora sviluppare una struttura concettuale e principi guida, può essere fortemente supponente e soggettivo, il che lo rende più complementare a quello primario in termini di formazione dell'opinione pubblica. I critici del fenomeno, inclusi

giornalisti professionisti e testate giornalistiche, affermano che il citizen journalism non è regolamentato, e risulta amatoriale e casuale in termini di qualità e copertura. Inoltre, si ritiene che i cittadini giornalisti, a causa della loro mancanza di affiliazione professionale, manchino di risorse e si concentrino su come servire al meglio il pubblico. Ora è importante evidenziare e riconoscere le potenzialità e i limiti di questo nuovo tipo di giornalismo.

2.2. Inclusività e diversità

L'insegnamento diversificato e inclusivo porta a risultati innovativi. Eppure è ancora in atto una lotta alla diversità e all'inclusione. Per le organizzazioni che cercano di dare forma ai loro programmi e alle loro politiche di diversità e inclusione, il cambiamento può essere impegnativo e gratificante. La maggior parte degli istituti di formazione attua il cambiamento per fornire valore alle competenze e molti, che lanciano iniziative sulla diversità e l'inclusione, citano ricerche che dimostrano che i corsi di formazione che includono sfide sulla diversità sono valutati meglio dagli studenti.

La ricerca mostra che anche solo la presenza di risultati di diversità fisica determina un aumento delle prestazioni extra-scolastiche, e questo può essere estremamente motivante per gli studenti. Le aziende cercano sempre di più queste competenze di diversità, considerando il Diversity Management una delle chiavi di una gestione innovativa delle Risorse Umane. Come mostra la ricerca del 2018 di McKinsey, una maggiore diversità nella forza lavoro si traduce in una maggiore redditività e creazione di valore. Lo stesso vale a livello esecutivo, poiché McKinsey ha riscontrato una correlazione statisticamente significativa tra leadership diversificata e prestazioni migliori. Le aziende nel quartile superiore per diversità etnica a livello dirigenziale hanno il 33% di probabilità in più di avere una redditività superiore alla media rispetto alle società nel quartile inferiore. Quando si tratta di diversità di genere, le aziende nel quartile superiore hanno il 21% in più di probabilità di avere una redditività superiore alla media rispetto alle aziende nel quartile inferiore, secondo la ricerca di McKinsey.

Anche i dipendenti attuali e le potenziali assunzioni stanno aumentando la posta in gioco, afferma Jeff Weber, vicepresidente senior di Instructure. "Sempre di più, durante i colloqui, i

candidati si chiedono cosa stiamo facendo riguardo alla diversità e all'inclusione". Secondo questa tendenza nelle nostre società, la scuola deve adattarsi per rispondere adeguatamente alla sfida. I consulenti per la diversità e l'inclusione menzionano le seguenti otto buone prassi per aumentare il concetto di inclusività a scuola:

1. Stabilire un senso di appartenenza per tutti

Affinché ogni individuo porti avanti il meglio di sé, deve prima essere stabilito un senso di appartenenza. Avere una connessione con un'organizzazione o un gruppo di persone che ti fa sentire in grado di essere te stesso non solo si traduce in un maggiore coinvolgimento e creatività sul posto di lavoro, ma risponde ad un bisogno psicologico. Questi cambiamenti richiedono tempo e non sono sempre lineari. La creazione e la cultura della diversità richiede tempo. Non è nemmeno un approccio valido per tutti: ecco perché è così importante condividere le migliori pratiche ed essere aperti a provare cose nuove. L'aspetto positivo è che mentre lavori sulla diversità, puoi anche lavorare sull'inclusione e viceversa. È tutto interconnesso.

2. L'approccio empatico è fondamentale

Diversità e inclusione sono spesso trattate come un'unica iniziativa. Ma affinché avvenga un vero cambiamento, ogni strategia di formazione deve mettere in discussione il valore dell'appartenenza, sia intellettualmente che emotivamente. Devi assicurarti che gli studenti siano attrezzati per fare propria la storia, sentirla dentro di sé ed essere in grado di spiegare perché ci tengono, perché è importante e perché dovrebbe essere importante per i loro diretti subalterni.

Parte di questo processo richiede empatia: ogni persona ricorda un momento in cui è stata esclusa, umiliata, interrotta e così via, in modo da poter applicare quelle lezioni esteriormente. Gli studenti devono sentirlo dentro di sé; poi possono identificare la relazione con il sentirsi esclusi o il far sentire esclusi gli altri. Questo è un punto di partenza critico.

3. Un approccio top-down non è sufficiente

Gli approcci top-down guidano la conformità, non l'impegno. Dai dirigenti senior ai dipendenti in prima linea, ogni individuo deve vedere e comprendere il proprio ruolo nella

cultura aziendale. Ciò significa identificare le differenze nell'esperienza e nei valori dei dipendenti all'interno dell'organizzazione, in modo che il cambiamento possa essere reso rilevante per ogni persona, e sapere che un cambiamento duraturo deve attivare diverse parti del sistema — dall'alto verso il basso, dal basso verso l'alto e dal centro — in modi diversi.

4. Le quote non automatizzano l'inclusione

Gli obiettivi di assunzione possono aumentare i numeri della diversità, ma ciò non creerà automaticamente una cultura inclusiva. Per trattenere e coltivare i migliori talenti, è fondamentale dare uno sguardo onesto all'esperienza end-to-end dei dipendenti, con un occhio alla creazione di condizioni che promuovano l'inclusione su base giornaliera e alla progettazione di modi per misurare l'impatto dell'inclusività stessa.

L'enfasi cambia tutto. Dall'approvvigionamento e reclutamento all'assunzione, agli aspetti quotidiani del lavoro, al team building, alla cultura, dai successi e ai fallimenti, passando per la revisione delle prestazioni, la pianificazione ed il tutoraggio: tutto. Le organizzazioni devono adattare i loro processi per determinare comportamenti diversificati e inclusivi.

"Devi guardare tutto attraverso l'obiettivo di: 'Ho creato condizioni in cui ogni persona può contribuire nel suo modo unico e significativo e sentirsi al sicuro nel farlo?' e, se la risposta è negativa, devi avere il coraggio di ammetterlo e lavorare per cambiarlo.

Ciò significa anche: capire come funzionano i team, riconoscere che a volte il modo facile e veloce non è necessariamente il modo giusto e che a volte le squadre funzionano meglio quando c'è un po' di tensione e disaccordo. Ovviamente non puoi lasciare che le cose si trasformino in attacchi personali, ma bisogna saper conoscere la differenza tra uno scambio sano e stimolante di idee e una situazione in cui le persone sono irrispettose dell'altro.

5. L'inclusione è in corso, non una formazione una tantum

Non basta insegnare agli studenti cosa significa essere inclusivi. Come ogni forma di cambiamento comportamentale, l'inclusione richiede alle persone di identificare i momenti chiave in cui costruire nuove abitudini o “microcomportamenti” (azioni quotidiane che possono essere praticate e misurate). E quando queste abitudini vengono messe in atto in un

ambiente che supporta conversazioni oneste e una sana tensione, diventa possibile un vero cambiamento.

Un modo per farlo è identificare le leve di cambiamento all'interno delle classi. Quindi, bisogna fornire agli studenti le competenze e le informazioni atte ad aiutarli a sostenere il cambiamento all'interno dei loro team. Questo è molto più efficace di una qualsiasi sessione di allenamento una tantum che non comporta alcun risultato.

6. Massimizzare la gioia e la connessione, minimizzare la paura

Le persone sono predisposte a reagire con paura e sfiducia quando le loro convinzioni vengono messe in discussione. Sebbene la paura possa essere un potente motivatore, incoraggia anche le persone a restringere la propria prospettiva, l'effetto opposto desiderato per creare un luogo più inclusivo. Trovare modi per inquadrare le sfide attraverso una lente di possibilità - e aumentare il potere delle esperienze condivise - crea un maggiore potenziale di cambiamento positivo.

Quindi puoi concentrarti sulla creazione di momenti che continuano lo slancio. Devi non solo indicare dove c'è spazio per migliorare, ma mettere in luce i momenti di successo e celebrarli. Possiamo usare un "albero dell'impegno": ogni studente annota il proprio impegno personale e individuale per la diversità e l'inclusione, e lo aggiorna in modo da far vedere i segni dei suoi progressi e celebrarli.

7. Dimentica la "forma" e concentrati sull'aiutare le persone a progredire

Le norme, le strutture di potere e le disuguaglianze nella società possono facilmente essere incorporate in un'organizzazione. La creazione di una cultura in cui ogni individuo può contribuire con il suo pieno potenziale richiede l'analisi dei sistemi e dei processi della tua organizzazione in modo da scoprire punti dolenti e ciechi, e quindi trovare modi per reimmaginarli.

8. Considera la tua strategia culturale

Come in ogni sforzo di trasformazione, cultura e strategia sono intimamente connesse. Nel viaggio verso la costruzione di un approccio di formazione più inclusivo, è importante considerare la relazione tra ciò che sta accadendo all'interno e all'esterno della tua scuola.

Cosa dice la tua istituzione su chi sei? In che modo la tua base di dipendenti non è congruente con la tua base di clienti? Quali esperienze vengono tralasciate o fraintese? Il lavoro con la diversità e l'inclusione non è solo un'iniziativa o un programma: richiede investimenti da parte di tutto il team di formazione e richiede un reale cambiamento. Riguarda il modo in cui opera l'intera istituzione e i modi individuali di lavorare, comunicare, contribuire e anche solo essere nel mondo.

3

Insegnare inclusività nelle classi che si occupano di media

3.1 Esercizio di classe

PRATICHE COMUNI

3.1.1 – Cornice concettuale

Bene comuni. I beni comuni sono le risorse culturali e naturali accessibili a tutti i membri di una società, compresi i materiali naturali come l'aria, l'acqua e una terra abitabile. Queste risorse sono detenute in comune, non sono di proprietà privata. I beni comuni possono anche essere intesi come risorse naturali che gruppi di persone (comunità, gruppi di utenti) gestiscono a beneficio individuale e collettivo. Tipicamente, ciò implica una varietà di norme e valori informali (prassi sociali) impiegati per un meccanismo di governance. I beni comuni possono anche essere definiti come una pratica sociale di governo di una risorsa non da parte dello stato o del mercato ma da una comunità di utenti che autogoverna la risorsa attraverso le istituzioni che crea.

L'uso dei "beni comuni" per le risorse naturali ha le sue radici nella storia intellettuale europea, dove si riferiva a campi agricoli, pascoli e foreste condivise che furono, per un periodo di diverse centinaia di anni, recintati, rivendicati come proprietà privata ad uso privato. Nei testi politici europei, la ricchezza comune era la totalità delle ricchezze materiali del mondo, come l'aria, l'acqua, la terra e il seme, tutta la generosità della natura considerata come eredità dell'umanità nel suo insieme, da condividere insieme. In questo contesto si può risalire ulteriormente, alla categoria giuridica romana della *res communis*, applicata alle cose comuni e godute da tutti, in contrapposizione alla *res publica*, applicata ai beni pubblici gestiti dal governo.

Oggi i beni comuni sono intesi anche all'interno di una sfera culturale. Questi beni comuni includono letteratura, musica, arte, design, film, video, televisione, radio, informazione, software e siti del patrimonio. Wikipedia è un esempio della produzione e del mantenimento di beni comuni da parte di una comunità di contributori sotto forma di conoscenza enciclopedica a cui chiunque può accedere liberamente senza un'autorità centrale.

Nel 2007, Elinor Ostrom, insieme alla sua collega Charlotte Hess, è riuscita ad estendere il dibattito sui beni comuni alla conoscenza quale ecosistema complesso che opera come un comune, una risorsa condivisa soggetta a dilemmi sociali. L'attenzione qui era sulla pronta disponibilità di forme digitali di conoscenza e sulle possibilità associate per archivarle, accedervi e dividerle come un bene comune.

Co-costruzione. Nell'apprendimento, la co-costruzione è un approccio distintivo, in cui l'enfasi è sul lavoro collaborativo. Tuttavia, essa include anche alcuni processi più interazionali come la cooperazione e il coordinamento. La co-costruzione è un concetto che possiamo usare per vedere come impariamo dagli altri e come espandiamo le nostre conoscenze comuni. Non solo la co-costruzione tra gli studenti li aiuta a crescere in molte aree, ma insegna anche loro come formare relazioni con coetanei e leader. La capacità di accettare e ricevere feedback è una parte importante del processo di apprendimento per l'approccio alla co-costruzione.

La co-costruzione crea ambienti che contengono molti degli stessi aspetti teorizzati dagli esperti della prima infanzia come Lev Vygotsky e Jean Piaget. Il lavoro di Vygotsky si basava sull'ideologia che "... lo sviluppo cognitivo deriva dalle interazioni sociali dall'apprendimento guidato all'interno della zona di sviluppo prossimale dei bambini e dalla co-costruzione della conoscenza del loro partner". Vygotsky credeva nell'ideologia che conosciamo come co-costruzione, o costruzione di un ambiente in cui i bambini interagiscono tra loro su una varietà di livelli e apprendono attraverso queste interazioni. Per creare un'atmosfera per un'interazione di qualità, dobbiamo essere preparati per situazioni come l'apprendimento collaborativo e una cultura del dialogo.

L'importanza della co-costruzione. La co-costruzione è importante per lo sviluppo di partenariati creativi all'interno delle organizzazioni, dove la cooperazione e la collaborazione

sono molto importanti. La co-costruzione può insegnarci come comunicare efficacemente con gli altri per risolvere i problemi. Inoltre, la co-costruzione ci insegna ad avere interazioni sociali e migliorare il lavoro creativo.

Organizzazione del processo apprendimento. Le organizzazioni che apprendono: (1) creano una cultura che incoraggia e supporta l'apprendimento continuo dei dipendenti, il pensiero critico e l'assunzione di rischi con nuove idee, (2) consentono gli errori e valorizza i contributi dei dipendenti, (3) imparano dall'esperienza e sperimentano e (4) diffondono nuove conoscenze in tutta l'organizzazione per integrarle nelle attività quotidiane.

Quali sono le cinque discipline delle organizzazioni di apprendimento (cfr. Peter SENGE)?

1. Costruire una visione condivisa

Nelle organizzazioni di apprendimento, la visione dovrebbe essere creata attraverso l'interazione con i dipendenti dell'impresa. Molti leader hanno visioni personali che non riescono a trasferire all'interno di una visione condivisa. L'unico modo per creare una visione condivisa è compromettere le visioni dell'organizzazione e dell'individuo. Le persone che non condividono la stessa visione potrebbero non contribuire all'organizzazione in maniera efficace. L'effetto di condividere lo stesso la visione è che i dipendenti svolgano compiti perché vogliono farlo invece che perché viene detto loro di farlo. In questo modo cambia il rapporto con l'azienda e trasforma le sue performance in un meccanismo di apprendimento.

2. Pensiero sistemico

Invece di concentrarsi su questioni individuali, il pensiero sistemico riflette il processo di osservazione di un intero sistema. I manager devono capire che ogni azione e la relativa conseguenza sono correlate l'un l'altra. Molte volte capita che i manager si concentrino sulle azioni individuali e quindi si dimentichino di vedere il quadro generale. Quando la correlazione viene compresa, ci consente di vedere le interrelazioni e i modelli di cambiamento in situazioni particolari. I gestori sono quindi in grado di determinare causa ed effetto.

3. Modelli mentali

I dipendenti devono identificare i valori dell'azienda. Una corretta comprensione di chi siamo ci consentirà di visualizzare dove andare e come svilupparci ulteriormente. L'organizzazione

deve essere flessibile nell'accettare cambiamenti a nuovi modelli mentali e ad una nuova immagine dell'azienda. Le aziende di maggior successo sono quelle che sanno imparare e adattarsi a nuovi modelli per diventare più veloci dei concorrenti.

4. Apprendimento di squadra

Per realizzare eccellenti dinamiche di team funzionali, l'apprendimento in team è di primaria importanza. È la disciplina mediante la quale la padronanza personale e la visione condivisa sono unite. È fondamentale che ciascuna forza lavoro consideri i propri colleghi come membri di un team anziché come rivali. Si tratta del primo passo per avviare dialoghi in cui le persone osano essere vulnerabili ed esprimere la loro vera personalità. L'ambiente di lavoro dovrebbe essere un posto sicuro dove gli errori onesti vengono perdonati. In caso contrario, non si può sperimentare alcun apprendimento.

5. Padronanza personale

La padronanza personale si verifica quando un individuo ha una visione chiara di un obiettivo, unita a un'accurata percezione della realtà. Il divario tra la visione e la realtà spinge il dipendente a praticare tutte le attività necessarie per realizzare la visione. Questa tensione creativa dipende da una chiara comprensione della realtà attuale. Tuttavia, i dipendenti potrebbero credere di non avere le competenze per raggiungere i propri obiettivi. Potrebbe, in questo modo, instaurarsi un circolo vizioso difficile da rimuovere. Secondo Peter Senge, dovremmo allenare il nostro subconscio perché possa gestire problemi più complessi più velocemente di quanto può fare la nostra coscienza. Quando le persone credono nella propria impotenza, ciò impedirà loro di realizzare la propria visione. Per questo motivo, dovremmo addestrare la mente subconscia ad affrontare lo stress e i problemi della realtà.

Pensiero critico. Tradizionalmente, il pensiero critico è stato variamente definito come segue:

- "Il processo di concettualizzazione, applicazione, analisi, sintesi e valutazione attiva delle informazioni per raggiungere una risposta o una conclusione"
- "Pensiero disciplinato chiaro, razionale, di mentalità aperta e informato dall'evidenza"

- "Giudizio mirato di autoregolamentazione che si traduce in interpretazione, analisi, valutazione e inferenza, nonché nella spiegazione delle considerazioni probatorie, concettuali, metodologiche, criteriologiche o contestuali su cui si basa tale giudizio"
- "Include un impegno a usare la ragione nella formulazione delle nostre convinzioni"
- "L'abilità e la propensione a impegnarsi in un'attività con scetticismo riflessivo" (McPeck, 1981)
- "Pensare al proprio pensiero in un modo progettato per organizzare e chiarire, aumentare l'efficienza e riconoscere errori e pregiudizi nel proprio modo di pensare. Il pensiero critico non è diretto a risolvere problemi. Il pensiero critico è diretto verso l'interno con l'intento di massimizzare la razionalità del pensatore. Non si usa il pensiero critico per risolvere i problemi, si usa il pensiero critico per migliorare il proprio processo di pensiero.
- "Una valutazione basata su un'attenta valutazione analitica"

Gli studiosi del pensiero critico contemporaneo hanno ampliato queste definizioni tradizionali per includere qualità, concetti e processi come creatività, immaginazione, scoperta, riflessione, empatia, soggettività, e ambiguità. Alcune definizioni di pensiero critico escludono queste pratiche soggettive.

3.1.2 - Svolgimento del corso

Tempo	Descrizione	Azioni	Osservazioni/ Valutazione/ Criteri
<i>Sequenza uno</i> 0,5 h	<i>Definizione del quadro</i>	Video + Documenti che gli studenti devono consultare	

Corso teorico	<i>concettuale:</i> <i>organizzazione dell'apprendimento, apprendimento informale, beni comuni, co-costruzione</i>	prima del corso (2 min./concetto + parole chiave) Gruppi di 3 studenti impegnati a trovare esempi	Rivedere la comprensione dei concetti
<i>Sequenza due:</i> 0,5 h Creazione di mappe mentali	Ritorno al quadro concettuale	Panoramica delle mappe mentali Lavoro in gruppi (mappe mentali a mano o al computer) 6 fogli + nastro adesivo + schoch + pennarelli (6 set da 4 colori)	Mettere in discussione i concetti Definire collegamenti mentali
<i>Sequenza tre:</i> 0,5 h Presentazione delle mappe mentali		Presentazione orale delle mappe mentali prodotte in gruppo Strategia Discussioni	Saper sintetizzare Essere in grado di discutere
<i>Sequenza quattro:</i> 0,25 h Simulazione: facilitare una	Inquadramento generale dell'esercizio:	Allestimento della situazione / Immagini, diagrammi,	Comprendere i processi delle dinamiche di gruppo Interpretare un ruolo

riunione collaborativa	situazione, tema, ruoli	spiegazioni	o in una situazione specifica Abilità di osservazione
<i>Sequenza cinque:</i> 0,75 h Svolgimento dell'incontro partecipativo	Discussioni, scambi, dibattiti in una situazione di incontro	Esercitare pratiche di co- costruzione della conoscenza e co-apprendimento in una situazione di incontro / Docente = moderatore- osservatore Immagini, schede tecniche, schemi, disegni, spiegazioni / Prendere appunti in collaborazione (quale strumento) Schede a colori per esprimere sentimenti/emozioni durante i dibattiti	Uso operativo dei concetti Metodi di costruzione partecipata Condivisione delle rappresentazioni Gestire le emozioni Organizzazione
<i>Sequenza sei:</i> 0,5 h Feedback sull'esercizio	Valutazione della formazione	Scambio e analisi dei risultati dell' esperienza collaborativa / Valutazione individuale basata su una griglia di domande.	Capacità di riflessione individuale Capacità di condivisione e costruzione del consenso

3.2. Esercizio di classe

Citizen journalism, Social Media e Diversità Culturale. L'uso di strumenti giornalistici per aumentare la consapevolezza della diversità culturale

3.2.1 – Cornice concettuale

La diversità culturale è un argomento che non può e non deve più essere ignorato. Che sia affrontato da un punto di vista manageriale, da una prospettiva delle risorse umane o dal punto di vista della comunicazione, il tema della diversità culturale è diventato uno dei temi più importanti che dobbiamo integrare nella nostra visione del mondo in cui viviamo e lavoriamo. Perché è un tema caldo che interessa molte persone ma, allo stesso tempo, è anche delicato e controverso: la diversità culturale deve essere uno dei focus dei responsabili della comunicazione delle grandi organizzazioni.

Per affrontare meglio il problema, dobbiamo creare una nuova generazione di giornalisti che siano consapevoli dei concetti di diversità culturale e che possano integrarli nelle loro azioni di comunicazione. A maggior ragione, dobbiamo creare piani di comunicazione specifici che affrontino temi di diversità culturale, e questo significa anche formare i nostri responsabili della comunicazione all'uso delle tecniche giornalistiche al fine di massimizzare i loro sforzi e garantire che i loro messaggi raggiungano un pubblico più ampio e diversificato.

Questo corso insegna alcune tecniche giornalistiche di base che i gestori della comunicazione possono applicare ogni volta che vogliono scrivere, parlare o comunicare sul tema della diversità culturale all'interno della loro organizzazione. Fornisce inoltre strumenti specifici e offre esempi di diversi articoli giornalistici che aiutano a trasmettere meglio i messaggi sulla diversità culturale. Oltre a offrire alcune informazioni teoriche, il corso ha un forte approccio pratico che aiuterà gli studenti ad acquisire nuove abilità e migliorare le loro tecniche di scrittura e di raccolta di informazioni, o le loro capacità di colloquio, ecc.

1. Perché l'uso di tecniche giornalistiche migliora la comunicazione con tutti i tipi di pubblico?

Questo corso non si occupa della comunicazione di per sé e quindi non includerà una lezione sui diversi pubblici di un'organizzazione o su come un manager della comunicazione

dovrebbe pianificare e implementare attività di comunicazione per raggiungere questi pubblici. Tuttavia, per entrare nel merito delle tecniche giornalistiche, è ovvio che occorre concordare un punto di partenza. Sugeriamo che questo punto di partenza debba essere la valutazione che tutte le organizzazioni hanno uno o più pubblici interni e più pubblici esterni e che la comunicazione con questi tipi di pubblici è ovviamente diversa per ciascuna specifica categoria.

Possiamo tuttavia trovare tratti comuni e cose che dobbiamo applicare in tutta la comunicazione: una di queste cose è l'uso di tecniche giornalistiche. Perché a volte pensare al tuo pubblico come pubblico e trattarlo come tale gioverà immensamente al processo e ti aiuterà a inviare i tuoi messaggi più rapidamente, con successo e con meno sforzo (che può tradursi in risparmio di tempo o di altre risorse).

Perché usare tecniche giornalistiche per comunicare con il tuo pubblico? Principalmente perché nessuno lo dice meglio di te, ma devi dirlo allo stesso modo in cui lo dicevano i media in passato: in modo chiaro, obiettivo, con equilibrio e argomentazioni, utilizzando format che negli anni hanno avuto successo.

Dovresti sempre comunicare come un giornalista? Sicuramente no. A volte, lo specialista delle pubbliche relazioni deve entrare in azione e affrontare le cose a modo suo. Tuttavia, ci sono alcune cose che puoi prendere in prestito da specialisti dei media: come comunicare più velocemente e meglio e adattare le tecniche giornalistiche alle tue esigenze per raccontare meglio le storie della tua organizzazione.

Pertanto, procederemo in questo sforzo concordando sul fatto che ciò che questo corso ci insegna ci aiuta. E, per motivi di fluidità e chiarezza, concorderemo sul fatto che c'è un aspetto in cui possiamo trattare tutti i pubblici come pubblico esterno: utilizzare gli strumenti giornalistici per migliorare la nostra comunicazione nei confronti del nostro pubblico. Perché l'utilizzo di questi strumenti consentirà una migliore comunicazione con tutti i tipi di pubblico: interno o esterno.

2. Flusso di informazioni tra l'organizzazione e i suoi pubblici

Detto questo, in che modo le informazioni viaggiano dall'organizzazione al pubblico? Oggi ci sono due tipi di comunicazione che prevalgono nella pratica quotidiana: la

comunicazione mediata che va dall'organizzazione ai giornalisti e poi dai mezzi di stampa al pubblico e la comunicazione diretta che tutte le organizzazioni possono utilizzare con l'aiuto della tecnologia e dei social media.

Per portare le notizie là fuori, dobbiamo prima raccogliere le informazioni all'interno della nostra stessa azienda e poi metterle in una forma che sia facilmente riconoscibile dal pubblico, e quella forma è solitamente quella giornalistica (articoli, ecc.) o quella dei social media (post, blog, tweet ecc.). Per raggiungere il modello a cui è abituato il nostro pubblico, dobbiamo utilizzare alcuni strumenti standardizzati che esistono da decenni.

3. Esempi di strumenti giornalistici utilizzati più spesso nelle pubbliche relazioni: dai messaggi scritti ai nuovi media, passando per i contenuti audio e video e per i social media

Ci sono molte forme che le informazioni possono assumere da un punto di vista giornalistico ma, attraverso questo corso, proponiamo una manciata di formati multimediali che i comunicatori dovrebbero utilizzare per fornire storie sulla diversità culturale all'interno delle loro organizzazioni:

- News (con la classica controparte PR – comunicati stampa)
- Interviste
- Caratteristiche
- Ritratti

Naturalmente, tutto questo può essere utilizzato nei media tradizionali o nella presenza sui social media dell'organizzazione. La nuova tecnologia ci ha permesso di aggiungere contenuti video e audio a questi strumenti classici, ma il focus di questo corso sarà sulle tecniche di scrittura di base che possono poi essere adattate a soddisfare tutte le esigenze: quelle della carta stampata tradizionale, quelle dei nuovi social media, o anche come fonte per lo scripting di nuovi contenuti audio-video.

4. Nozioni teoriche sui generi giornalistici più utilizzati per comunicare la diversità culturale

a. News/Comunicati stampa

I giornalisti usano le notizie come merce principale. È il modo più semplice per informare le persone, è il prodotto multimediale più breve ed è standardizzato al massimo per garantire rapidità. I giornalisti pensano alle notizie secondo schemi, conoscono il modo in cui una storia dovrebbe essere inquadrata e, mentre raccolgono informazioni per essa, già "scrivono" il pezzo nella loro mente, disponendo le informazioni nella piramide rovesciata che è diventata un classico marchio di fabbrica dei media e riempiendo i buchi delle storie con maggiori informazioni per garantire che il prodotto finale rispetti tutti gli standard. Dall'altra parte della barricata, i comunicatori scrivono comunicati stampa ogni volta che hanno informazioni degne di nota.

Anche ora, quando le istituzioni hanno una comunicazione diretta e non filtrata con il loro pubblico tramite i social media, ogni responsabile delle pubbliche relazioni di questo mondo scriverà un comunicato stampa ogni volta che succede qualcosa di grosso all'interno della sua organizzazione e lo invierà ad una mailing list piena di giornalisti di organi di informazione locale, nazionale o addirittura internazionale. Allora perché trattiamo i comunicati stampa e le notizie come se fossero la stessa cosa? In fondo perché dovrebbero esserlo, se non altro dal punto di vista delle tecniche di scrittura. Naturalmente, non abbiamo l'audacia di dire che i comunicati stampa dovrebbero avere la stessa obiettività o cercare di portare lo stesso equilibrio nel modo in cui presentano le storie. Quello che diciamo è che i comunicatori dovrebbero provare a scrivere comunicati stampa come fanno i giornalisti, per diversi motivi:

- È meglio se riesci a raccontare la storia con parole tue, ma per farlo devi trovare le parole giuste che un giornalista si sentirebbe a proprio agio nel condividere
- I giornalisti sono oberati di lavoro e le informazioni si riversano su di loro ovunque: sui loro telefoni, nelle loro e-mail, sugli schermi TV che ricoprono le pareti delle loro redazioni. Ricevono migliaia di informazioni ogni giorno, tutte con un potenziale degno di nota, quindi il modo in cui le informazioni vengono presentate loro potrebbe fare la differenza tra fare notizia o meno.
- Detto questo, se vuoi avere maggiori probabilità che la tua storia venga ripresa da un giornalista impegnato, devi iniziare a pensare come tale. E devi iniziare a scrivere come tale. E questo inizia con il prodotto di base che si può fornire: un'informazione

che venga modellata in un comunicato stampa che si spera a un certo punto diventi una notizia.

Che cos'è una news?

Per prima cosa: i comunicati stampa dovrebbero sempre includere informazioni degne di nota. Non preoccuparti di inviare informazioni a cui il pubblico non è interessato o, se vuoi che sia detto in modo diverso, cerca di trovare il modo giusto per dire qualcosa in modo che interessi il tuo pubblico. Ci sono diversi criteri che danno valore alle notizie e i ricercatori ne parlano da anni. Letteralmente. Il più delle volte, gli studiosi ti daranno sette fattori che, combinati, ti danno il valore delle notizie: tempestività, impatto, vicinanza, rarità, interesse, conflitto e importanza.

La tempestività si riferisce al tempo di rilascio della notizia. Prima la pubblichi, meglio è, specialmente in un mondo moderno in cui il nostro pubblico si è già abituato alla copertura delle notizie in diretta di eventi importanti, cui seguono testi e social media in diretta, capaci di rispondere alla maggior parte delle informazioni che sono veramente degne di nota.

L'impatto si riferisce al numero di persone che vengono influenzate dalla storia. Se le tue informazioni cambiano la vita di due persone, non sono realmente degne di nota (a meno che alcuni altri fattori di attualità non siano preminenti in questa situazione come, ad esempio, l'importanza). Se, tuttavia, quell'informazione cambia la vita di migliaia di persone, il suo impatto sarà esponenzialmente maggiore.

La vicinanza può riferirsi a una vicinanza geografica alla storia (tendiamo ad essere più interessati alle notizie che accadono nella nostra città, paese ecc. che altrove) o anche a una vicinanza culturale (tendiamo ad essere più interessati alle notizie provenienti da culture/società con cui abbiamo più cose in comune).

La rarità riguarda la frequenza con cui qualcosa accade. Se è qualcosa a cui siamo già abituati, tendiamo a ignorarlo. Le cose fuori dall'ordinario sono ciò che ci interessa: più

velocemente cattureranno l'attenzione di un giornalista e finiranno in un media che il pubblico può leggere.

L'interesse umano si riferisce a storie che riguardano noi. O persone come noi. Più sembra che possa succedermi, più mi interessa. Mentre guardano le notizie, le persone cercano di identificarsi con le storie, per vedere se potrebbero esserne coinvolte, influenzate e così via. Quindi portare loro notizie su persone come loro è il modo più sicuro per attirare la loro attenzione.

Il conflitto si riferisce all'appetenza che l'umanità ha per lo scandalo, per le cattive notizie, per il dramma. Significa che ogni volta che c'è un potenziale risultato negativo da una situazione, c'è anche un potenziale di notiziabilità più grande che in altri scenari a lieto fine.

L'importanza si riferisce ai personaggi coinvolti nella storia raccontata dalle notizie. Le persone che sono già famose danno notizie migliori di quelle di cui non abbiamo mai sentito parlare. Questo è il motivo per cui giornali e siti web sono pieni di storie di star, attori, cantanti, politici, ecc. Perché la preminenza è uno dei criteri più importanti quando si decide che un'informazione ha le carte in regola per diventare una notizia.

Alcuni studiosi aggiungono un altro fattore: la valuta. Si riferisce al fatto che tendiamo ad essere più interessati alle storie che trattano informazioni che sono già in cima alla nostra lista di visibilità e interesse. Il cambiamento climatico è solo un esempio di argomento che apporta valore all'informazione perché oggi ha un'alta valuta nel nostro mondo.

3.2.2 - Svolgimento del corso

Sequenze	Descrizione	Azioni	Osservazioni/ Valutazione/ Criteri
-----------------	--------------------	---------------	---

<p><i>Sequenza 1</i></p> <p>30 min.</p> <p>Contenuto: Analisi del caso di studio</p>	<p>Analisi di un comunicato stampa per un argomento riguardante la diversità culturale all'interno di una determinata organizzazione</p>	<p>Identificare l'argomento del comunicato stampa</p> <p>Discutere il formato</p> <p>Identificare gli elementi chiave del materiale dato (es. titolo, lead, paragrafi di contesto, ecc.)</p> <p>Individuare i possibili errori e correggerli</p>	<p>Requisiti minimi</p> <p>Conoscenza della teoria</p> <p>Capacità di applicare le conoscenze teoriche a una situazione pratica</p> <p>Prospettiva editoriale (correzione degli errori)</p>
<p><i>Sequenza 2</i></p> <p>1h</p> <p>Contenuto: Tecniche di scrittura</p>	<p>Scrivi un comunicato stampa per un argomento riguardante la diversità culturale all'interno della tua organizzazione</p>	<p>Identificare un argomento interessante</p> <p>Raccogliere le informazioni</p> <p>Scrivere il comunicato stampa</p>	<p>Requisiti minimi:</p> <p>Rispetta il formato del comunicato stampa</p> <p>Seleziona le informazioni secondo i criteri di attualità</p> <p>Scrivi in modo corretto e fluente</p>

<p><i>Sequenza 3</i></p> <p>45 minuti</p> <p>Contenuto: analisi del caso di studio</p>	<p>Confronta un comunicato stampa con le notizie pubblicate dai canali dei media dopo aver ricevuto quel particolare comunicato stampa</p>	<p>Leggi entrambi i materiali (comunicato stampa e news)</p> <p>Identifica somiglianze e differenze</p> <p>Discuti come cambia il testo sotto l'influenza giornalistica</p> <p>Suggerisci lezioni da apprendere da parte del team di pubbliche relazioni che ha scritto il comunicato stampa</p>	
<p><i>Sequenza 4</i></p> <p>30 minuti</p> <p>Contenuto: Editing</p>	<p>Correggi/Modifica una notizia che tratta la diversità culturale da un punto di vista giornalistico</p>	<p>Leggi il materiale selezionato dal docente</p> <p>Identifica gli errori</p> <p>Correggi gli errori</p> <p>Suggerisci miglioramenti allo scrittore</p>	
<p><i>Sequenza 5</i></p> <p>50 minuti</p> <p>Contenuto: Brainstorming</p>	<p>Brainstorming per notizie sulla diversità culturale</p>	<p>Trova quante più idee possibili su notizie contenenti storie sulla diversità culturale che potrebbero essere interessanti per il pubblico della tua</p>	<p>Requisiti minimi:</p> <p>Conoscenza dei criteri di notiziabilità</p> <p>Conoscenza</p>

		<p>organizzazione</p> <p>Discuti le idee con i tuoi colleghi</p> <p>Decidi quali idee sono fattibili e quali no e spiega perché</p>	<p>dell'organizzazione e dei suoi pubblici</p>
<p><i>Sequenza 6</i></p> <p>1h e 30 minuti</p> <p>Contenuto:</p> <p>Tecniche di scrittura</p>	<p>Scrivi un'intervista su un argomento relativo alla diversità culturale all'interno della tua organizzazione</p>	<p>Identifica il tema e l'intervistato</p> <p>Fai la tua ricerca</p> <p>Scrivi le tue domande</p> <p>Esegui l'intervista vera e propria</p> <p>Scrivi e modifica il tuo pezzo</p>	<p>Requisiti minimi:</p> <p>Conoscenza della teoria</p> <p>Capacità di applicare le conoscenze teoriche a una situazione pratica</p>
<p><i>Sequenza 7</i></p> <p>1h e 30 minuti</p> <p>Contenuto:</p> <p>Tecniche di scrittura</p>	<p>Scrivi un ritratto su un argomento relativo alla diversità culturale all'interno della tua organizzazione</p>	<p>Identifica il tema e l'eroe</p> <p>Fai la tua ricerca</p> <p>Scrivi e modifica il tuo pezzo</p>	<p>Requisiti minimi:</p> <p>Conoscenza della teoria</p> <p>Capacità di applicare le conoscenze teoriche a una situazione pratica</p>

3.3 Caso di studio: *Sociologia della mescolanza.*

Le coppie interculturali nel cinema europeo

1. Titolo / Tema

Sociologia della mescolanza. Le coppie interculturali nel cinema europeo

2. Volume orario e modalità di insegnamento (corso teorico e caso di studio e/o esercitazione pratica). Nota: per il caso di studio e per l'esercizio pratico, guardate le tempistiche fornite di seguito:

2.1 Durata totale: 9.

2.1 Durata del Corso Teorico: 2.

2.2 Durata del caso di studio: 1.

2.3 Durata dell'esercitazione pratica: 6.

3. Obiettivi del corso

Il corso mira a:

1. rendere gli studenti consapevoli della rilevanza e della complessità dei processi di mescolanza culturale nelle società contemporanee, in particolare nelle organizzazioni professionali e nei media;
2. fornire una prospettiva attuale e un vocabolario specializzato sulla cultura, utile per comprendere, analizzare e descrivere i problemi culturali e di identità nelle società, nelle famiglie e nelle organizzazioni;
3. far comprendere agli studenti il ruolo svolto dai media nei processi culturali;
4. fornire concetti e metodi per analizzare le rappresentazioni e gli stereotipi dei media;
5. sensibilizzare gli studenti alla relatività delle posizioni nei conflitti culturali;
6. stimolare la discussione sulle implicazioni politiche dei processi e delle identità di mescolanza culturale;
7. far fare agli studenti l'esperienza di una scrittura sociologica.

4. Schema generale del corso

1. Corso teorico. Sociologia della mescolanza

h. 1.

- La mescolanza. Un concetto fondamentale per lo studio della cultura nelle società contemporanee
- Il vocabolario della mescolanza.

h. 2.

- I media: una finestra indispensabile per lo studio della cultura (e della mescolanza)
- Coppie miste: l'emblema della mescolanza

2. Caso di studio. Le coppie interculturali nel cinema europeo

h. 3.

- Caso di studio
- Reminder teorico
- Obiettivi
- Metodologia
- Risultati ed esempi

3. Esercizio. Analizzare la mescolanza. Un misto nel cinema europeo

h. 4 - attività in classe

- Assegnazione dei compiti

h. 5 - compiti

- Ricerca del testo in possesso di tutti i requisiti da parte degli studenti

h. 6-7 compiti

- Guardare il film

h. 8-9 compiti

- Analisi del film

- Redazione del testo
- Consegna del compito al docente

5. Conoscenze e abilità specifiche acquisite:

Cultura e società

- Conoscere le differenze tra assimilazione/acculturazione/integrazione/inclusione
- Avere una comprensione interculturale nel contesto accademico e mediatico/comunicativo
- Conoscere (e saper utilizzare) teorie di antropologia culturale, scienze politiche e scienze della comunicazione a livello sociale
- Definizione del concetto chiave in contesti accademici interdisciplinari
- Assumere una visione dinamica della cultura dell' accoglienza degli immigrati e delle minoranze etniche nazionali
- Sviluppare la consapevolezza critica e la riflessività sulle asimmetrie sociali che derivano dalla diversità etnica, religiosa, culturale e di genere e sui regimi / discorsi politici che li determinano nel servizio sociale, nell'antropologia, nell'azione politica e legale, nei media, nella polizia
- Produrre un quadro multidisciplinare nel contesto accademico
- Indicare i principi della riflessività e il significato della consapevolezza critica e degli strumenti metodologici qualitativi in ambito accademico e di ricerca
- Saper identificare, analizzare e comprendere le tendenze, i bisogni, gli equilibri di potere nell'organizzazione
- Saper spiegare le diverse teorie scientifiche della diversità culturale nell'organizzazione
- Ampliare la conoscenza delle molteplici dimensioni della diversità nel contesto accademico, dei media e delle politiche pubbliche
- Comunicazione e diversità culturale

- Analisi dei media (tipografia, canali televisivi, stazioni radiofoniche)
- Esprimere un punto di vista politico riguardo alla posizione degli studenti sui migranti/rifugiati
- Creazione di lavoro professionale sulle questioni migratorie

6. Risorse bibliografiche

1. Appaduraj A. (1996). *Modernity at large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press.
2. Aumont J., Marie M. (2015). *L'analyse des films*. Malakoff: Armand Colin.
3. Berghahn D., Sternberg C. (eds.) (2010). *European Cinema in Motion. Migrant and Diasporic Film in Contemporary Europe*. London: Palgrave Macmillan.
4. Canclini, Nestor Garcia, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grialbo, 1990.
5. Denzin N.K. (2002). *Screening Race: Hollywood and a Cinema of Racial Violence, 1980-1995*. London: Sage.
6. Laplanitne, F., NoussaA. (1997), *Le Métissage*, Paris, Flammarion
7. G. Peruzzi, R. Lombardi (2020). *Cross-cultural couples in European cinema. A research on the visual representations of mixedness*, in *Mondi migranti*, 2/2020, 141-157. Issn 1972-4888.
8. Gabrielle Varro (2003), *Sociologie de la mixité. De la mixité amoureuse aux mixités sociales et culturelles*, Paris : Éditions Belin (coll. « Perspectives sociologiques »).
9. Todd E. (1994). *Le destin des immigrants. Assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales*. Paris: Seuil.

7. Valutazione

La valutazione si basa sulla consegna dei compiti finali

Sequenze	Descrizione	Azioni	Osservazioni/Valutazione/Criteri
Sequenza 1 Tempo: 1 (h 4) Contenuti: attività in classe	Presentazione dell'esercizio in aula	Assegnazione dei compiti da parte dell'insegnante: individuazione di un film sulle coppie miste in Europa e sua analisi Illustrazione delle indicazioni	In allegato il testo dell'esercizio (allegato 1)
Sequenza 2 Tempo: 1 (ore no. 5) Contenuto: compiti	Attività individuale degli studenti a casa	Ricerca del testo cinematografico in possesso di tutti i requisiti da parte degli studenti	
Sequenza 3 Tempo: 2 (ore n. 6-7) Contenuto: compiti	Attività individuale degli studenti a casa	Visione del film selezionato	
Sequenza 4 Tempo: 2 (8-9 ore) Contenuti: compiti	Attività individuale degli studenti a casa	<ul style="list-style-type: none"> · Analysis of the film, according to the criteria suggested in the attached document · Drafting of the paper · Delivery of the 	La valutazione generale del corso si basa sulla valutazione del compito finale

		assignment to the teacher	
--	--	------------------------------	--

BIBLIOGRAFIA

Bender, John; Davenport, Lucinda; Drager, Michael; Fedler, Fred (2015), *Writing and*

Reporting for the Media (11th edition), Oxford University Press

Dear, Jennie; Scott, Faren (2014), *The Responsible Journalist. An Introduction to News*

Reporting and Writing (1st edition), Oxford University Press

Feldman, M.S., A.M. Khademian, and K.S. Quick. 2009. "Ways of knowing, inclusive management, and promoting democratic engagement", An introduction to the special issue. *International Public Management Journal* 12 (2): 123-13

Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom (2001), *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Crown

Megginson, Leon ; Mosley, Donald ; Pietri, Paul (1991) - *Management: Concepts and*

Applications, Harpercollins College Div; Subsequent Edition

Rich, Carol (2015), *Writing and Reporting News: A Coaching Method (8th Edition)*, Cengage Learning

The Missouri Group (2019), *News Reporting and Writing (13th edition)*, Bedford/St. Martin's

Woods, Michael “The 7 Pillars of Inclusion”, <https://inclusivesportdesign.com/start-here/>



www.rtv-erasmusproject.eu

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein".

