

Centro Sv  
izzero Isl  
m e Socie  
tà Centro  
Svizz  
slam e So  
cietà Cen

**Centro Svizzero Islam e  
Società**

**CSIS-Papers 5**

**I musulmani nello  
spazio pubblico e  
mediatico**

# Sommario

## I musulmani nello spazio pubblico e mediatico

<b>Il contesto del progetto « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali »</b>	<b>4</b>
<b>Atelier sulla comunicazione e i media</b>	<b>6</b>
Obiettivi trasversali e struttura del quaderno	7
<b>1. « I media », terreno fertile per malintesi</b>	<b>10</b>
Comunicazione assordante	11
Musulmane e musulmani in Svizzera	12
Percezione dei musulmani in Svizzera	13
<b>2. Cosa dicono i media svizzeri dell'islam e dei musulmani</b>	<b>17</b>
Enfasi su religione e radicalizzazione	17
Giudizio e qualità	19
Differenze tra media e regioni linguistiche	21
Il legame con l'agenda politica	22
<b>3. Musulmani in Svizzera: perché i rapporti mediatici sono imprecisi, pur essendo veritieri – J. Krebs</b>	<b>24</b>
<b>4. Le associazioni musulmane nel dibattito mediatico: esperienze e interazioni</b>	<b>26</b>
Situazione e punto di vista delle associazioni musulmane	26
Sfide per le organizzazioni musulmane e i giornalisti	29
<b>5. « La nostra responsabilità nei confronti dei media » – Intervista a Y. Dhif</b>	<b>32</b>
<b>Riflessioni conclusive</b>	<b>35</b>
<b>Per approfondire</b>	<b>37</b>

Gli CSIS-papers e le altre pubblicazioni del Centro Svizzero Islam e Società (CSIS) possono essere scaricate dal sito web del CSIS [www.unifr.ch/szig](http://www.unifr.ch/szig)

© 2019, CSIS (dopo traduzione versioni F/T, 2018)  
Université de Fribourg  
Rue du Criblet 13  
1700 Fribourg  
[szig@unifr.ch](mailto:szig@unifr.ch)

Autori : Hansjörg Schmid, Mallory Schneuwly Purdie, Andrea Lang, CSIS, Université de Fribourg  
Concetto grafico : Stephanie Brügger, Unicom, Université de Fribourg  
Traduzione : F/I Federico Biasca  
Rilettura : Corrado Biasca e Hansjörg Schmid  
Le traduzioni sono state sostenute finanziariamente dal Servizio per l'integrazione degli stranieri del Canton Ticino.  
ISSN : 2571-9564

Sostenuto da



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

**ti** Dipartimento  
delle istituzioni

Segreteria di Stato della migrazione SEM

Servizio per la lotta al razzismo SLR



## Il contesto del progetto « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali »

In un'analisi dei bisogni in materia di formazione sull'islam, condotta dal Centro Svizzero Islam e Società (CSIS) dell'Università di Friburgo (2016), esperti dello Stato e svariati attori musulmani hanno espresso in modo chiaro il bisogno di formazione continua su cinque temi: comunicazione e media, giovani musulmani, sessualità e corpo, radicalizzazione e prevenzione, accompagnamento spirituale nelle istituzioni pubbliche. Alcune organizzazioni musulmane agiscono già come attori sociali in questi ambiti, anche se le loro attività sono generalmente poco conosciute. Che si tratti di lavoro giovanile, di consulenza e formazione o di altre attività, esistono molte interfacce con le istituzioni pubbliche che possono essere organizzate in modo costruttivo.

Questa pubblicazione è frutto del progetto CSIS « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali » (OMAS), realizzato tra il 1.3.2016 e il 28.2.2018. Il progetto ha visto l'organizzazione di 26 workshop in tutta la Svizzera sui cinque temi menzionati. 18 organizzazioni musulmane partner sono state incluse nella preparazione e nell'attuazione di questi workshop, ai quali hanno partecipato quasi 500 persone tra imam, responsabili associativi, animatori di gruppi femminili e giovanili e altri professionisti. Gli atelier hanno dato la possibilità ai partecipanti musulmani di accostarsi al ruolo professionale di portavoce, d'insegnante di religione o di accompagnatore spirituale. A loro volta, i professionisti di vari settori hanno potuto approfondire la loro conoscenza della situazione, dei bisogni dei gruppi e delle organizzazioni musulmane. I workshop hanno creato un'atmosfera franca, in cui scambi e domande critiche sulle pratiche esistenti sono state poste da entrambe le parti. Queste formazioni hanno anche contribuito a sviluppare delle prospettive in vista di future collaborazioni. La presente pubblicazione riassume conoscenze e processi di apprendimento di workshop svoltisi in vari contesti e regioni del Paese.

In qualità di centro di competenza nazionale, il CSIS realizza numerosi progetti di ricerca nel campo dell'islam e della società e offre specifici seminari di formazione continua per professionisti nei settori del lavoro sociale, della formazione e dell'amministrazione, dell'integrazione e della sicurezza.

I risultati di questi progetti e seminari sono inclusi in questa pubblicazione, che fornisce informazioni di base, conclusioni di workshop e aperture su campi che necessiterebbero di una maggiore esplorazione. L'obiettivo è quello di presentare ad un ampio pubblico di lettori i risultati di un apprendimento reciproco e di fornire spunti di riflessione e nuove opportunità di azione nell'ambito della società.

Ringraziamo la Segreteria di Stato della migrazione (SEM) e il Servizio di lotta contro il razzismo (SLR) per il loro sostegno a questo progetto. Un ringraziamento speciale va anche ai partner musulmani e ai professionisti di diversi settori che hanno co-organizzato i workshop.

## Atelier sulla comunicazione e i media

« Dobbiamo essere attori della società civile, delle associazioni che partecipino alla costruzione dell'immagine della società svizzera! » Questa frase, pronunciata da un relatore responsabile della comunicazione per un'organizzazione musulmana, esprime un desiderio e un incitamento alla partecipazione. Essa è però allo stesso tempo un'autocritica e riflette la mancata presenza dei musulmani nei dibattiti pubblici. Quali sono ad esempio le occasioni che si offrono al grande pubblico per conoscere il lavoro di dialogo interreligioso, le offerte di integrazione delle associazioni musulmane e dei gruppi giovanili musulmani?

Il mondo dei media in Svizzera è complesso. Alcune istituzioni ed alcune persone sono pienamente consapevoli delle regole del gioco, altre invece non le conoscono affatto. Alla luce della grande copertura mediatica dell'islam, la relativa assenza della maggioranza delle organizzazioni musulmane dal dibattito pubblico è sorprendente. Ciò proprio mentre cresce la curiosità nei confronti dell'islam e dei musulmani in Svizzera. Quando coloro che si pongono delle domande non hanno la possibilità di incontrare dal vivo delle persone di fede musulmana, i media diventano la fonte primaria di informazione. La carta stampata ed i media audiovisivi hanno quindi un'importante responsabilità nella costruzione dell'immagine pubblica dell'islam.

Nell'ambito di uno studio sui bisogni di formazione continua delle persone che lavorano nelle associazioni musulmane e degli esperti che lavorano a contatto con le stesse, diversi interlocutori hanno raccomandato che queste professionalizzino le loro capacità comunicative e mediatiche (Schmid, Schneuwly Purdie, Lang 2016, p. 41). Sebbene le risorse (finanziarie e di personale) rimangano limitate, le organizzazioni musulmane sono desiderose di esporre il proprio punto di vista. Esse intendono da un lato acquisire fiducia nella gestione delle richieste dei media, e dall'altro superare i timori nei loro confronti. Da parte loro, i media e le amministrazioni si aspettano che i protagonisti musulmani siano trasparenti, disponibili al dialogo e professionali.

Queste osservazioni sono alla base della problematica affrontata negli atelier di formazione continua nell'ambito del progetto « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali ». Le cifre confermano l'enorme interesse che il tema ha suscitato: nessun altro tema ha dato luogo a così tanti workshop,

cinque nella Svizzera tedesca, due nella Svizzera romanda e uno in Ticino. In totale, 154 responsabili di associazioni musulmane hanno partecipato alla formazione. I workshop sono stati introdotti da presentazioni di giornalisti di quotidiani oppure della Radiotelevisione svizzera (RSI) insieme a responsabili della comunicazione delle organizzazioni musulmane. Di volta in volta, i relatori hanno fornito spunti di riflessione dal loro punto di vista professionale. Le seguenti unità di lavoro sono state dedicate a delle attività pratiche di comunicazione orale o alla redazione di un comunicato stampa. Sebbene il contenuto dei seminari fosse diverso, tutti hanno perseguito 5 obiettivi:

1. Rispondere all'interesse mediatico sulla questione dell'islam e dei musulmani
2. Imparare a conoscere il funzionamento dei media svizzeri
3. Analizzare il ruolo delle organizzazioni musulmane in Svizzera nel dibattito pubblico
4. Discutere delle aspettative dei media, delle reazioni delle organizzazioni musulmane alle domande dei media e della qualità della loro comunicazione ufficiale
5. Sviluppare le condizioni quadro per un'interazione positiva tra media e organizzazioni musulmane.

### Obiettivi trasversali e struttura del quaderno

Diviso in cinque parti, questo CSIS-paper intende portare a conoscenza di un pubblico più vasto gli argomenti trattati durante i workshop. Il primo capitolo è dedicato al metodo di lavoro dei media e alla percezione dell'islam e dei musulmani in Svizzera. Il secondo capitolo si concentra sul modo in cui i media parlano dell'islam e dei musulmani in Svizzera. Nel terzo capitolo, Jürg Krebs, giornalista e vicedirettore dei media digitali di « az Nordwestschweiz », che è stato uno dei relatori dei workshop, commenta il dibattito mediatico sull'islam. Il quarto capitolo si concentra sulle espe-

rienze, le sfide e le interazioni delle organizzazioni musulmane con i media, nonché sulle esperienze e le sfide dei giornalisti nell'affrontare l'attualità sull'islam in Svizzera. Nel quinto capitolo, Yassine Dhif, responsabile e portavoce dell'associazione Frislam, parla dello sviluppo della comunicazione mediatica in un'associazione musulmana. A conclusione di questo paper vengono formulate alcune raccomandazioni e proposti dei riferimenti aggiuntivi sul tema.

## 1. « I media », terreno fertile per i malintesi

Chi non conosce il « telefono arabo » ? Un primo individuo sussurra una frase all'orecchio del vicino, che ripete poi senza riflettere troppo ciò che ha capito al prossimo e così via. Alla fine, tutti si divertono e si stupiscono della differenza tra il messaggio originale e quello riportato dall'ultima persona. L'illustrazione del fallimento della comunicazione è presentata qui sotto forma di gioco. La comunicazione orale quotidiana è meno soggetta a malintesi: intonazione e gesti sottolineano ciò che è stato detto. Ripetizioni, domande e conoscenza comune del contesto riducono le incertezze, anche quando la grammatica non è sempre corretta.

Nell'odierna società dell'informazione tutto diventa più complesso. Oltre allo scambio immediato tra individui, al discorso di fronte ad un pubblico limitato, i mass media svolgono un ruolo centrale nel processo di comunicazione: la stampa scritta, la radio e la televisione raggiungono infatti centinaia di migliaia di persone. Senza parlare di Internet e dei social media, che negli ultimi trent'anni hanno ulteriormente aumentato il flusso di messaggi. Il numero di strumenti e il loro funzionamento sono diventati opachi. Sotto l'influenza dei social media le forme di comunicazione interattiva e personalizzata, in base alle quali ognuno può costruire il proprio universo mediatico, tendono a diventare un'abitudine.

I mezzi di comunicazione tradizionali come la stampa scritta, la radio o la televisione, insieme ad Internet, sono di particolare importanza in Svizzera, in quanto i cittadini sono regolarmente invitati a esprimere la loro opinione alle urne. Malgrado ciò, resta spesso difficile maturare un'opinione chiara in mezzo alla vastità dei temi sociali che sono oggetto di votazione popolare. Lo stesso vale per il consumo e il tempo libero. I mass media forniscono tracce selezionate, elaborate, e in parte anche commentate dai giornalisti. Nel complesso, consumatori ed elettori evolvono ed esperiscono meno la « realtà » in quanto tale, e sono sempre più spesso a contatto con una realtà co-costruita in interazione con i media.

La comunicazione può in alcuni casi deviare dal suo scopo: possono mancare ad esempio le informazioni essenziali o le voci di protagonisti importanti; il testo dice a volte qualcosa di diverso da quello che il titolo e l'illustrazione suggeriscono; altre volte la sequenza di idee in un testo può essere confusa e

anche in presenza di un testo chiaro ed equilibrato, il ricevente conserva spesso solo gli elementi che confermano la sua visione del mondo.

### Comunicazione assordante

Dall'inizio del millennio, l'islam è stato non solo un argomento sempre più dibattuto, ma anche un tema fonte di malintesi (vedi Ettinger e Imhof 2011, p. 11). Questa sovraesposizione dell'islam nei media non è sempre esistita. Fino alla fine degli anni '80, il termine « islam » era apparso raramente nella stampa. All'epoca era spesso legato alla rivoluzione iraniana del 1978/79 o a racconti di viaggi in terre lontane. La presenza dell'islam e dei musulmani nell'Europa occidentale non era in quel momento un argomento mediatico. Tuttavia, negli anni '60, un numero significativo di musulmani viveva già nel Vecchio continente. La seconda metà del XX secolo ha visto infatti l'emigrazione di una popolazione musulmana prevalentemente di sesso maschile; uomini che sono stati in seguito gradualmente raggiunti dalle loro famiglie a partire dalla metà degli anni Settanta. All'epoca, sia per i media che per la società, queste persone erano considerate come Turchi, Jugoslavi o semplicemente « lavoratori immigrati ». A nessuno interessava la loro appartenenza religiosa.

Il primo impulso per delle notizie legate all'islam in Europa occidentale arrivò nel 1988, quando lo scrittore britannico Salman Rushdie pubblicò il suo romanzo *I Versi satanici*, provocando delle manifestazioni tra i musulmani britannici che protestavano contro l'autore per aver preso in giro il profeta Maometto. Proteste simili si susseguirono in tutto il mondo; la guida spirituale della Rivoluzione iraniana, l'Ayatollah Khomeini, accusò Rushdie in una fatwa (opinione legale) di blasfemia e lo dichiarò quindi fuorilegge. I media francesi e tedeschi trasmisero nella rubrica « Stranieri » le proteste spesso sanguinose, mentre le rubriche culturali discussero della tutela della libertà artistica e religiosa.

Gli attentati dell'11 settembre 2001 a New York e Washington rappresentano l'evento centrale del rovesciamento dell'immagine pubblica dell'islam, sia a livello mediatico che emotivo. Le torri gemelle in fiamme diventano il simbolo di un presunto confronto tra « l'Occidente » e « l'Islam ». Il presidente degli

Stati Uniti George W. Bush, alla guida di un'alleanza internazionale, invoca una « guerra al terrore », un appello che ancora oggi detta le regole della politica di sicurezza globale. L'imperativo securitario che ha fatto seguito all'11 settembre ha invaso altri settori: traffico aereo, banche, immigrazione e politica di integrazione.

Lo shock emotivo ha ripercussioni durature in Europa quando le bombe non esplodono più nella « lontana » America, ma sui treni suburbani di Madrid (2004) e sui trasporti pubblici di Londra (2005). Mentre gli autori dell'attacco di Madrid erano per lo più immigrati marocchini, a Londra si tratta di quattro giovani inglesi, tre dei quali con radici pakistane e il quarto un convertito di origine giamaicana. Questi attacchi sollevano un'ondata di domande: com'è possibile che giovani britannici di seconda generazione possano diventare terroristi? Dovremo temere ulteriori attacchi? Cosa possiamo fare per combattere questa violenza? È in questo contesto mediatico e securitario di tensione che le società europee cominciano a volgere il proprio sguardo verso i musulmani, compresi quelli socializzati o nati in Svizzera.

## Musulmane e musulmani in Svizzera

Ma chi sono queste persone che si definiscono « musulmani », alcuni dei quali vivono in Svizzera da decenni? Le cifre che li riguardano, che si possono enunciare facilmente, ci raccontano poco di questa popolazione: nel 2016, l'Ufficio federale di statistica (UFS) stima a 362'973 il numero di musulmani di 15 o più anni. I giovani al di sotto dei 15 anni, non registrati dall'UFS, dovrebbero invece riguardare quasi 110'000 persone. Equivalente a circa il 5,5% della popolazione, questa percentuale comprende anche tra 35.000 e 50.000 aleviti, di cui solo una parte si considera musulmana.

La metà dei musulmani in Svizzera ha origini familiari e culturali nei Balcani occidentali, soprattutto in Kosovo, Macedonia, Bosnia e Serbia meridionale. Un quinto ha radici turche e meno di un decimo proviene dal Medio Oriente o dal Maghreb. Il 35% dei musulmani di 15 anni e oltre possiede inoltre la nazionalità svizzera (UFS 2017).

La loro diversità linguistica e culturale, unita alla pluralità dei loro modi di

vivere la religione rappresenta una sfida, soprattutto per gli stessi musulmani. Il loro rapporto individuale con la pratica è ad esempio molto differenziato: si stima che una persona su sei pratici regolarmente la propria religione. Come per molti cristiani, le grandi feste sono le principali occasioni per partecipare ai riti religiosi. La pratica diventa più frequente anche in tempi di crisi o in situazioni di difficoltà. Il 46% dei musulmani intervistati ha così dichiarato di non aver partecipato ad alcuna funzione religiosa l'anno precedente (Ufficio federale di statistica 2016, pag. 9), solo il 13% ha dichiarato di aver pregato più volte al giorno, mentre il 40% ha dichiarato di non aver « mai pregato negli ultimi dodici mesi » (Ufficio federale di statistica 2016, pag. 12). Le cifre relative ai musulmani corrispondono all'andamento socio-religioso della popolazione svizzera. Tra i cinque paesi europei selezionati per l'indagine, il monitoraggio religioso della Fondazione Bertelsmann ha misurato in Svizzera il tasso di religiosità più basso proprio tra i musulmani. Questo studio mostra anche che la percentuale di persone che si dichiarano « molto religiose », è appena al di sopra della media dei non musulmani in Svizzera (Halm e Sauer 2017, pp. 34-36).

Le indagini qualitative confermano questo quadro socio-demografico. Un team dell'università di Lucerna ha riscontrato un grado molto elevato di indipendenza intellettuale tra i (parzialmente) praticanti adolescenti musulmani e i giovani adulti. Anche quando cercano delle proposte religiose, le esaminano criticamente, le paragonano e, alla fine, decidono da soli quale scelta effettuare (Baumann et al. 2017).

## La percezione dei musulmani in Svizzera

Sebbene gli indicatori statistici delle persone di fede musulmana indichino dei livelli di istruzione, una situazione economica e una religiosità in linea con la media svizzera e dunque niente affatto eccezionali (Halm e Sauer 2017), l'immagine dell'« islam » e dei « musulmani » in Svizzera rimane spesso negativa. Nessun altro gruppo religioso è infatti così frequentemente e chiaramente associato a caratteristiche ed eventi così negativi. Studi qualitativi e quantitativi confermano questo risultato (gfs.bern 2014). L'« islam » e i suoi fedeli sono molto spesso considerati arretrati, misogini, inclini alla violenza, antidemocratici, poco desiderosi di integrazione e fanatici.

Queste osservazioni possono essere illustrate attraverso indagini che sondano la propensione degli intervistati ad essere più o meno contenti di avere una persona di fede musulmana come vicino o se lo accetterebbero come genero. Le risposte ad altre domande che chiariscono le associazioni fatte dagli intervistati a determinate religioni o particolarità religiose sono anch'esse fonte di informazione. Un intervistato poco o per niente a contatto con dei musulmani formulerà inoltre una serie di caratteristiche ad essi correlate. Questo è un tema ricorrente nella ricerca sui pregiudizi. La presunta conoscenza, stabilita sulla base di dicerie, ma anche di informazioni trasmesse dai vari media, svolge quindi un ruolo importante.

Queste immagini senza una solida base empirica emergono facilmente in una società percepita da alcuni come fragile: a causa della globalizzazione e della migrazione, la popolazione locale si confronta oggi con lingue mai sentite prima, stili di abbigliamento e costumi insoliti oppure con forme religiose sconosciute. Una parte significativa della popolazione svizzera si è nel contempo allontanata dalla propria religione. La novità porterebbe ad una perdita di punti di riferimento e crea preoccupazione per il futuro di ciò che viene riconosciuto come « familiare ». La notizia di attacchi da parte di musulmani in Pakistan, Iraq, ma anche a Parigi e Berlino ha poi altre conseguenze: la menzione costante dell'islam in rapporto alla violenza è impressa nell'inconscio.

Per secoli, la dicotomia e le immagini uniformanti hanno permeato il discorso sull'islam. Da un lato, la propaganda crociata, ma anche il

colonialismo, hanno fatto uso di figure violente. Dall'altro, l'orientalismo, come i romanzi di Karl May o di Gustave Flaubert, hanno commentato con esotismo e condiscendenza regioni culturalmente intrise di islam. Dagli anni Novanta il quadro interpretativo da etnico è diventato religioso: gli « Jugo » e i Turchi di ieri sono diventati i « musulmani » di oggi (Schneuwly Purdie 2010, pp. 165-167). Questo passaggio da una categoria all'altra diventa molto problematico quando l'uso sconsiderato dei luoghi comuni porta alla riduzione dell'identità dell'altro alla sola categoria religiosa e all'interpretazione di tutti i suoi comportamenti attraverso questa unica lente. L'economista e premio Nobel Amartya Sen definisce questa tendenza la « trappola dell'identità ».

Eppure, nessun individuo può essere solo ed unicamente « musulmano ». Ogni individuo è il prodotto delle sue molteplici affiliazioni: albanese del Kosovo, semiorfano, mancino, vegetariano, appassionato di rap, giocatore di basket e molto altro ancora. La popolazione musulmana in Svizzera è tanto variata quanto quella cristiana o dei « senza confessione ». Gli stereotipi che definiscono un'immagine tendono per contro ad ignorare questa diversità. Chi penserebbe ad esempio che i musulmani in Svizzera, rispetto ai loro compatrioti non musulmani, hanno più fiducia nei tre pilastri dello Stato: Parlamento, governo, giustizia e polizia (Gianni, Giugni, Michel 2015, pp. 68-69)? Allo stesso modo, non si parla che di rado dei molti casi in cui la comprensione reciproca e la convivenza portano a risultati positivi, oppure del successo professionale degli stranieri di seconda generazione.

Per i musulmani, l'immagine negativa che domina nei discorsi comuni ha conseguenze concrete. Essi ritengono non solo che i resoconti dei media e gli interventi politici siano distorti, disinformati o addirittura denigratori, ma nella vita di tutti i giorni constatano come sia frequente che le donne velate siano insultate per strada da estranei senza alcun motivo apparente. Sul mercato del lavoro i musulmani incontrano spesso delle difficoltà nell'ottenere un posto di apprendistato o un lavoro. Molti casi, anche se non tutti, sono riportati nei servizi di consulenza e compaiono nelle statistiche del Servizio per la lotta al razzismo.

L'immagine negativa dell'islam e le sue conseguenze pratiche rappresentano oggi un grande problema sociale. Le persone interessate



## 2. Cosa dicono i media svizzeri dell'islam e dei musulmani

reagiscono in modo diverso a seconda del loro carattere, delle loro convinzioni e del contesto sociale: alcuni cercano di ignorare questi attacchi, altri adottano sorrisi forzati e tacciono oppure cercano di conoscere e approfondire la propria religione. Altri ancora si lamentano o si indignano, oppure cercano di capire il fenomeno, di essere proattivi e di incontrare i loro avversari, rovesciando così l'immagine che gli viene assegnata. Indipendentemente dall'attitudine adottata, si tratta quasi sempre di reazione piuttosto che di azione. Solo negli ultimi anni alcune organizzazioni musulmane ed individui musulmani si sono mostrati più attivi nel dibattito o hanno preso l'iniziativa di comunicare in modo diverso a proposito della loro comunità. A queste difficoltà di apertura si aggiunge poi il fatto che solo un numero limitato di persone è in grado di gestire le questioni critiche, in particolare tra i rappresentanti di prima generazione. Questo atteggiamento propositivo e costruttivo spiega anche il grande interesse riscontrato nei workshop sul tema dei media nell'ambito del progetto «Le organizzazioni musulmane come attrici sociali». Appare infatti evidente per le persone interessate che i media a volte causano o alimentano i venti che soffiano contro di loro.

Dalla fine della seconda guerra mondiale il panorama religioso in Svizzera si è fortemente diversificato. Lo stesso vale per la dimensione demografica della maggior parte delle comunità religiose. Tuttavia nessuna delle religioni minoritarie in Svizzera appare così spesso nei media come l'islam. Una consultazione della banca dati GBI-Genios su una selezione di una dozzina di titoli della stampa svizzera di lingua tedesca rivela la seguente tabella: nel 2000, le radici musul\*, most\* o islam\* in relazione alla Svizzera sono apparse in 2068 articoli, incluse le lettere dei lettori. Nell'anno record del 2015, questa cifra è salita a 6718, toccava i 6469 nel 2016 e si attestava ancora a 5501 nel 2017. La frequenza della menzione è quindi quasi triplicata con il passaggio al nuovo millennio. In confronto, il numero per gli indu è salito da 260 a 461 e per i buddisti da 117 a 206. Tali indicatori non esistono per i trasmettitori televisivi con licenza in Svizzera.

Come per la demografia, anche in questo contesto i numeri di per sé non dicono molto. Da dieci anni gli scienziati analizzano l'immagine trasmessa dai media sulle religioni e i loro rappresentanti, in particolare dei musulmani in Svizzera (Mader e Schinzel 2012). Tuttavia al momento non sono ancora disponibili cifre per tutti gli aspetti e ancor meno per tutte le regioni linguistiche.

### Enfasi su religione e radicalizzazione

L'aumento del numero di articoli si spiega in parte con il passaggio dalla categoria etnica a quella religiosa: le persone designate nei discorsi pubblici e nei media come lavoratori immigrati, turchi o jugoslavi prima del passaggio agli anni 2000 sono quindi sempre più identificate e designate come musulmani. Alexandra Feddersen ha dimostrato statisticamente questa tendenza nel solo periodo 2000-2009 (Feddersen 2015, pp. 290-291), tendenza che Samuel Behloul (2009) aveva già descritto in precedenza.

Il grafico relativo al numero di articoli riguardanti l'islam e i musulmani fornisce anche degli indizi sui temi che sono stati trattati più frequentemente. La curva aumenta infatti esponenzialmente negli anni in cui eventi o temi politici hanno «qualcosa a che fare» con l'islam. Si tratta ad esempio degli attacchi terroristici negli Stati Uniti del 2001, i conflitti per le vignette danesi di Maometto nel 2006 e gli attacchi contro la rivista *Charlie Hebdo* e al Bataclan a Parigi nel 2015.

Un'analisi più attenta del contenuto degli articoli nelle tre regioni linguistiche rivela altri elementi (Ettinger e Imhof 2011, p. 11; Ettinger 2017a, p. 70): sebbene vi sia spesso una significativa copertura mediatica di eventi sensazionali legati all'islam all'estero, essa non ha sempre la stessa intensità. Le questioni svizzere o addirittura regionali occupano infatti sempre più spazio nelle notizie, soprattutto dopo la votazione sul divieto di costruzione di nuovi minareti (2009):

Tema	Proporzione in %
Visibilità (minareti, velo)	25
Radicalizzazione	21
Discriminazione	9
Pratica religiosa	7
Integrazione minacciata o impossibile	7
Autonomia dell'organizzazione	7
Diritti fondamentali	7
Terrorismo	7
Altro	6
Integrazione (elementi positivi)	2
Vita quotidiana	2

Tabella 1: Frequenza dei soggetti affrontati (fonte : Ettinger 2017b, diapositiva 5)

L'analisi longitudinale mostra « una concentrazione tematica molto più elevata in alcuni anni e [...] un pericolo di riduzionismo » (Ettinger 2017b, pp. 70-71). Il settore tematico « visibilità » ha pertanto occupato il 40% dei reportage nel 2009 e addirittura il 46% nel 2013. Da allora, è stato il soggetto della « radicalizzazione » a crescere costantemente e a rappresentare addirittura il 45% degli articoli relativi all'islam nel 2017. Il tema del « terrorismo » varia dall'1% nel 2009 ad un massimo di 16% nel 2014. Va notato che ogni tema legato al campo della « visibilità » tende ad essere considerato un problema: minareto, velo a scuola, velo integrale oppure l'insegnamento del nuoto a scuola o il rifiuto di strette di mano tra uomini e donne.

L'analisi tematica effettuata da Feddersen (2015, pp. 293-294) mostra che i musulmani - a differenza del gruppo « stranieri » - sono principalmente percepiti in termini di religione, anche quando si tratta di integrazione. Nel dibattito pubblico, questo li fa apparire come « culturalmente più lontani » (*culturally more distant*) e quindi più difficili da integrare rispetto ad altri cittadini europei, anche se la maggior parte di essi proviene da famiglie europee (2015, p. 294).

## Giudizio e qualità

Nella stragrande maggioranza dei casi l'immagine mediatica dei musulmani e dell'islam è negativa. Numerosi studi in Europa occidentale lo testimoniano. Tuttavia vale la pena di esaminare il fenomeno più da vicino e tener conto anche di documenti e reportage che fanno eccezione a questa regola.

Nel suo ultimo studio sulla stampa scritta, Ettinger rileva una tendenza in aumento: quella di presentare i temi legati all'islam come essenzialmente « problematici »: « La percentuale di articoli il cui tono causa distanza verso i musulmani in Svizzera aumenta costantemente tra il 2009 e il 2017, dal 22% al 69% » (Ettinger 2017b, p. 71). La tendenza alla generalizzazione non è per contro aumentata negli ultimi anni, tendenza che era invece notevolmente aumentata tra il 2004 e il 2009. Ettinger lo spiega con il fatto che il campo della « radicalizzazione », di cui si parla così spesso, riguarda spesso casi concreti (2017b, p. 72). I protagonisti musulmani a cui i media svizzeri danno

voce sono piuttosto pochi e spesso univoci. Inoltre, non è raro che siano del tutto assenti dai dibattiti che li riguardano. Se viene dato loro spazio, ad esempio sulla stampa svizzera di lingua tedesca, ad esprimersi saranno per lo più la presidente del « Forum per un Islam progressista » (circolo di 200-300 membri), oppure il presidente del « Consiglio centrale islamico svizzero » e il suo portavoce, che rappresentano 3000-4000 membri. In confronto i responsabili delle associazioni musulmane locali, delle organizzazioni mantello cantonali o della Federazione delle organizzazioni islamiche svizzere (FOIS), che rappresenta 200 delle 260 associazioni musulmane, raramente hanno voce in capitolo.

Piuttosto rari sono i rapporti che descrivono situazioni quotidiane non problematiche, come ad esempio: quale ruolo gioca realmente la religione nella vita? Come fanno i musulmani praticanti a conciliare il digiuno del Ramadan con la loro vita quotidiana in Svizzera? Come si svolge l'educazione religiosa nella moschea e nelle poche scuole pubbliche in cui viene impartita? In che modo l'islam di seconda e terza generazione si differenzia da quello dei primi immigrati musulmani?

Le statistiche studiate da Ettinger attestano della parzialità degli articoli di stampa che trattano aspetti legati all'islam. Ci sono altri squilibri, a volte frequenti, che non sono ancora stati studiati scientificamente. Uno di questi è la mancanza di conoscenza sia dell'islam come religione, che della situazione dei musulmani in Svizzera. Ciò che Urs Dahinden aveva già osservato nel 2009 vale ancora oggi in larga misura, ossia che « con poche eccezioni e nonostante l'importanza attribuita all'argomento, non si può in alcun modo parlare di conoscenze fondate e ancor meno di specializzazione nei media generalisti » (2009, p. 4). Questa lacuna ha delle conseguenze: termini specifici come ad esempio « islamismo », « salafismo » o « wahhabismo » sono talvolta usati senza sapere cosa significhino e senza distinzione. La diversità in seno all'islam è rappresentata inoltre solo in modo frammentario. Molti giornalisti non sono soprattutto in grado di analizzare criticamente le dichiarazioni di politici, « esperti » e leader della comunità musulmana e di altri media per mancanza di una solida base di conoscenze.

Tuttavia ci sono anche professionisti dei media che hanno una conoscenza approfondita dei musulmani e dell'islam, nonché tempo sufficiente per la gestione dei reportages e per ricerche approfondite. Si ritrovano spesso nelle redazioni di giornali privati di interesse generale, nelle redazioni specializzate dei media pubblici e nella stampa ad hoc. Infine vale la pena citare i media e le agenzie di stampa legate alla Chiesa cattolica e alle Chiese riformate, che generalmente prestano particolare attenzione alle questioni religiose.

## Differenze tra i media e tra le regioni linguistiche

È necessario specificare ulteriormente l'immagine finora tratteggiata in base alle regioni linguistiche. Il recente studio di Ettinger osserva ad esempio che: « Nella Svizzera italiana e nella Svizzera romanda, con rispettivamente il 28% e il 31% del numero totale di rapporti, la percentuale di copertura mediatica che crea distanza non solo è inferiore a quella della Svizzera tedesca (46%), ma è anche aumentata più tardivamente e in una percentuale minore » (2017b, pp. 71-72). In generale, i dibattiti nelle regioni linguistiche svizzere sono influenzati da quelli dei paesi confinanti: Francia, Germania, Austria e Italia. Tuttavia ci sono alcune tendenze nazionali, simili in tutte le regioni linguistiche, in particolare quando i media generalisti coprono temi legati all'islam (cfr. Tillie et al. 2013, pp. 69-77).

Mentre il confronto tra le regioni linguistiche si basa sempre su valori medi, le grandi differenze tra i titoli sono più sorprendenti (Ettinger 2017b, pp. 72-74). In molti casi vi sono anche differenze qualitative tra giornali generalisti privati e media con mandato statale (servizio pubblico). Questi ultimi sono spesso in grado di fare dei reportage più variati e approfonditi, potendo spesso contare su importanti risorse di personale. Tuttavia, anche all'interno delle grandi aziende mediatiche, ci sono differenze di qualità tra le diverse redazioni: gli argomenti trattati da una redazione specializzata su « fatti religiosi » (es. RTS Religions) forniranno un lavoro più dettagliato su temi legati all'islam rispetto ad una redazione generalista che prepara un dibattito o si occupa di un evento d'attualità.

### Il legame con l'agenda politica

La politica e i media sono inoltre molto interdipendenti: i politici affrontano argomenti trattati dai media e questi a loro volta riportano gli interventi dei politici. Il divieto di costruzione di nuovi minareti ne è un esempio lampante. I progetti di costruzione di minareti a Wangen vicino a Olten, Langenthal e Wil hanno generato nel 2006 un'opposizione locale, molto mediatizzata. I politici conservatori dell'UDF e dell'UDC lanciarono l'iniziativa popolare federale per vietare i minareti. Nei tre anni trascorsi tra il lancio dell'iniziativa e il voto, gli stessi ambienti politici intervennero più volte nei Parlamenti di diversi Cantoni, difendendo la stessa linea. Malgrado il fallimento parlamentare, questi interventi hanno permesso agli autori dell'iniziativa di rilanciare i loro slogan sui media circa un' « islamizzazione crescente » e la presenza di « società parallele », preparando così il successo del voto a livello federale; un'iniziativa adottata il 29 novembre 2009 col 57% dei voti, con grande sorpresa da parte degli osservatori politici e dei sondaggisti d'opinione. La strategia dell'iniziativa popolare per il « divieto di dissimulare il proprio viso » o « divieto del burqa » segue lo stesso schema.

La storia sembra ripetersi. Alcuni politici si esprimono pubblicamente su ciò che considerano essere un problema. Propongono poi una soluzione globale, come il divieto di indossare il velo integrale o la sorveglianza generalizzata delle moschee. E i media ne parlano. Poche sono le persone che cercano di conoscere in modo più approfondito i casi. A esempio: quante donne portano il velo integrale? Quali sono le motivazioni di chi lo indossa? Come si possono proteggere, senza un divieto, coloro che sono costrette a farlo? I musulmani, indirettamente interessati, possono esprimersi solo in una seconda fase e quando ciò avviene sono più spesso quelli che difendono posizioni particolarmente nette e marginali, cosicché il dibattito ha ben poco a che fare con la realtà quotidiana vissuta dalla maggior parte degli interessati.

Un'analisi dei contenuti mediatici porta ad un risultato inequivocabile: il ruolo dei musulmani, rispettivamente dell'islam, è quello di « colpevoli », così come quello di « vittime » vale per ebrei e buddisti (Dahinden 2009, p. 5). Più l'attenzione è focalizzata sulla « religione », più è facile generalizzare. Solo una piccolissima minoranza di non musulmani ha effettivamente problemi con i

collegi musulmani o con conoscenti musulmani. Il sondaggio VOX dopo l'iniziativa contro i minareti lo conferma e l'annuncio di un « risultato un po' contraddittorio » da parte della Neue Zürcher Zeitung spiegava che non si era trattato di un voto « contro i musulmani ma contro l'islam » (NN[ddp/ats] 2010).

Ormai da più di un decennio l'immagine che emerge sembra confermare che la teoria dello « scontro di civiltà » del politologo americano Samuel Huntington sia corretta. Tuttavia i sondaggi in scienze della comunicazione, ma anche l'osservazione di incomprensioni nella vita quotidiana mostrano con relativa precisione che le lamentele hanno cause molto concrete. Se ne deduce che i diversi protagonisti possono prendere coscienza delle loro differenze e lavorare insieme per la coesione sociale (o per la convivenza). Il cosiddetto « scontro di civiltà » è quindi più costruito che innato.

### 3. Musulmani in Svizzera: perché i rapporti mediatici sono imprecisi, pur essendo veritieri – Jürg Krebs

In Svizzera, l'immagine dell'islam è connotata da attacchi terroristici, uomini barbuti furibondi e donne velate. E' lontano il periodo in cui le storie delle Mille e una Notte narravano del leggendario Oriente musulmano. Tuttavia la questione di che cos'è mito e cos'è realtà rimane valida.

Il dibattito sull'islam si protrae da anni e in particolare dagli attacchi dell'11 settembre 2001. Esso fa anche parte della discussione latente sugli stranieri. Improvvisamente, le condizioni sono cambiate. L'attenzione si è così concentrata su gruppi di popolazione da lungo presenti sul territorio: lavoratori immigrati musulmani dalla Turchia e dalla ex Jugoslavia e le loro famiglie, nonché i rifugiati fuggiti dalla guerra in Bosnia e in Kosovo negli anni '90. Attualmente 500.000 persone sono registrate come musulmani. Nel giro di pochi anni, la Svizzera si è posta tutta una serie di domande sui musulmani.

L'argomento era adeguato al funzionamento dell'industria mediatica e alla sua vocazione di produttore di notizie. Ma c'è ben altro: si tratta ora di cercare anche un percorso comune con una popolazione quasi sconosciuta - che sia moderno e socialmente aperto.

All'inizio l'interesse dei media per i musulmani e l'islam non è andato di pari passo con le conoscenze su di essi. I giornalisti hanno dovuto innanzitutto scoprirlo. A partire da questa impennata di interesse, c'è stato uno spostamento dai titoli sensazionalistici alle analisi differenziate. Se i giornalisti hanno scritto inizialmente a proposito dei musulmani, oggi partecipano attivamente alle discussioni.

Anche i musulmani svizzeri hanno conosciuto un periodo di apprendimento. Hanno in particolare imparato a gestire l'attenzione che ricevono. Dopo lo shock dell'11 settembre, hanno preferito evitare le discussioni. Questo ritengo, dovuto alla paura, è stato spesso interpretato dall'opinione pubblica come un rifiuto di avviare un dialogo. I musulmani hanno così imparato che il dibattito pubblico fa parte della cultura democratica del Paese e che esso contribuisce alla coesione. Il silenzio è anch'esso un'affermazione, percepita generalmente in modo negativo.

Il dibattito è però caratterizzato da un difetto, è distorto. Il metodo di produzione mediatico ne è una delle cause, ma non l'unica. La difficoltà è la seguente: quale attore musulmano può dirsi portavoce della posizione di altri musulmani? Essi non costituiscono un gruppo socialmente omogeneo e si raggruppano generalmente per etnia. In secondo luogo, le moschee e le varie associazioni sono spesso percepite come le uniche forme di organizzazione musulmana. La conseguenza che ne scaturisce è un dibattito ridotto alla sola componente religiosa. Tuttavia, come dimostrano alcuni sondaggi, i musulmani non sono più religiosi dei cattolici o dei protestanti. Molti elementi generano confusione e tutto ciò si riflette sulla produzione mediatica.

Il dialogo con i religiosi è senza dubbio importante, ma non si tratta di un dialogo teologico. Le moschee sono spesso molto di più che semplici luoghi di preghiera. Sono centri culturali che hanno un'influenza sulla comunità musulmana. Alcuni di questi hanno anche dimostrato di essere « culle » di un'ideologia ultra-conservatrice o radicale. La Svizzera guarda con sospetto il finanziamento di organizzazioni da parte dell'Arabia Saudita o della Turchia. Per vari motivi la Svizzera teme l'infiltrazione di queste correnti in una società basata in particolare sulla tolleranza e sull'individualismo. Richiede quindi ai musulmani di riconoscerne incondizionatamente i valori. Non sorprende quindi che trasparenza, ruolo della donna, formazione degli imam e radicalizzazione figurino come temi forti. Le iniziative contro i minareti e il divieto del burqa ne sono un'espressione. Un dibattito è in corso ed i musulmani non dovrebbero evitarlo. I media promuovono questo dialogo, e questa è la loro missione principale.

Il crescente interesse per l'islam negli ultimi quindici anni ha portato giornalisti, responsabili di associazioni musulmane e altri ad affrontare queste tematiche. All'inizio le associazioni e le organizzazioni mantello si sono confrontate solo occasionalmente con le richieste dei media. Ma queste si sono accumulate nel tempo, costituendo una vera e propria sfida per i responsabili.

## 4. Le associazioni musulmane nel dibattito mediatico: esperienze e interazioni

### Situazione e punto di vista delle associazioni musulmane

Le associazioni musulmane in Svizzera sono gestite su base volontaria. Esse offrono ai loro membri non solo servizi religiosi ma anche iniziative sociali e culturali (cfr. Schmid, Schneuwly Purdie, Lang 2016, pp. 48 e seguenti, 82 e seguenti). Le domande dei media riguardano spesso il comitato e, di tanto in tanto, anche l'imam: una richiesta che si aggiunge ai loro compiti ordinari. Ad oggi, solo una minima parte delle organizzazioni ha un portavoce al quale i responsabili possono indirizzare domande e richieste. Negli ultimi anni le organizzazioni mantello della FOIS (Federazione delle organizzazioni islamiche svizzere), dell'UVAM (Unione vaudoise delle associazioni musulmane) e della VIOZ (Federazione delle organizzazioni islamiche di Zurigo) hanno professionalizzato il loro rapporto con i media e hanno pubblicato la loro rassegna stampa online. Queste organizzazioni prendono inoltre posizione su vari dibattiti di attualità. I comitati delle organizzazioni mantello conoscono in generale bene il contesto svizzero. Attraverso la collaborazione con le autorità ed i servizi specializzati, hanno inoltre preso coscienza delle diverse prospettive sociali. Grazie alla presenza « sul terreno », esse si sono dotate di conoscenze e competenze che consentono loro di operare in qualità di responsabili della comunicazione.

Dato il volume di richieste e la diversità dei soggetti, alcune associazioni riscontrano tuttavia spesso delle difficoltà. Nel corso di un workshop, i partecipanti ad un gruppo di lavoro lo hanno espresso in questi termini:

*«Le associazioni musulmane hanno iniziato in piccolo. All'inizio erano piuttosto concentrate sul buon funzionamento interno. A seguito di eventi particolari, la società ha però cominciato improvvisamente ad interessarsi di loro. Le associazioni hanno reagito da sole, a volte incaricando una persona. L'iniziativa contro i minareti ha innescato un dibattito nazionale. Questo vale anche per il radicalismo e altri eventi particolari. All'inizio le associazioni non avevano alcuna esperienza con i media, ma ciò dovrebbe migliorare con la prossima generazione. Inizialmente non conoscevano nemmeno la lingua, ora stiamo imparando a volare con le nostre ali. »*

Dal velo alla radicalizzazione dei giovani, dagli attacchi terroristici al dibattito sulle strette di mano, dalle lezioni di nuoto alla formazione degli imam e al ruolo della donna: la gamma di argomenti trattati è ampia. Tuttavia la maggior parte di questi temi ha poco o nulla a che vedere con le esperienze della maggior parte dei musulmani in Svizzera. Le associazioni ritengono pertanto irrealistico riuscire a fornire delle risposte a queste domande. I partecipanti sottolineano anche la difficoltà che riscontrano nel formulare risposte in modo rapido, come evidenziato da questa discussione in un gruppo di lavoro durante un workshop:

*«Non è sempre facile rispondere. Gli argomenti di discussione sono molto diversi. [...] Quando i giornalisti si annunciano e forniscono le loro domande in anticipo, le associazioni hanno il tempo di prepararsi. Le domande sull'associazione ricevono sempre una risposta migliore perché abbiamo più esperienza con questo tipo di richieste. Più difficile è invece rispondere alle domande politiche, anche perché non c'è unanimità all'interno delle associazioni. Molte di esse non sono semplicemente in grado di rispondere. Alcune questioni, come ad esempio la situazione in Siria, non ci riguardano nemmeno direttamente.»*

Molti musulmani e molte organizzazioni musulmane in Svizzera non si riconoscono nell'immagine dell'islam dipinta dalla società e dai media. Questa si limita spesso ad un'opposizione « positivo-negativo ». Il loro disappunto trae parzialmente origine dalla concezione stessa dei reportages. Un membro di un gruppo di giovani musulmani descrive un caso concreto di questo tipo in un workshop: una giornalista era stata invitata ad una manifestazione per giovani musulmani e giovani adulti organizzata dal suo gruppo.

Questa giornalista ha chiesto ai presenti la loro opinione sui giovani che si radicalizzano e che poi si uniscono a Daesh. Il partecipante al workshop ha riferito di essere rimasto sconvolto da questa domanda, perché il gruppo ha voluto dimostrare con la loro presenza che i giovani musulmani sono attivamente impegnati in Svizzera come cittadini.

In un altro workshop è stato riferito che alcune associazioni invitano i giornalisti a farsi un'idea delle loro attività, soprattutto durante le giornate delle porte aperte, nel tentativo di costruire un rapporto di fiducia. Gli invitati gra-

discono l'ospitalità, ma in seguito scrivono un articolo che le associazioni percepiscono come « negativo ». A questo proposito, un giornalista presente ha fatto riferimento all'obbligo dei media di fornire un'informazione critica, indipendentemente dalla comunità religiosa in oggetto. Diversi partecipanti hanno anche rilevato che anche quando il contenuto di un reportage rifletteva oggettivamente le parole di un membro dell'associazione, il titolo era spesso « appariscente » o addirittura islamofobico. Un giornalista ha spiegato a questo proposito che un intervistato non ha alcuna voce in capitolo sul titolo. Ad ogni modo, per un dialogo costruttivo, è necessario avere una buona preparazione e discutere delle condizioni generali. In questo modo è possibile avere una certa influenza sulla gestione della situazione e sull'esito dell'intervista.

I partecipanti identificano le conseguenze dei reportages come un'altra fonte di problemi. Le persone che accettano le interviste e vengono citate sono spesso esposte a critiche o sospetti da parte di colleghi e datori di lavoro, indipendentemente dall'orientamento dell'articolo. Un articolo può in effetti causare una stigmatizzazione duratura e i responsabili di associazioni o semplici musulmani possono sentirsi in balia dell'opinione pubblica. Un workshop si è quindi focalizzato anche sul modo in cui le associazioni musulmane potrebbero difendersi formalmente e, se del caso, anche giuridicamente contro un articolo potenzialmente discriminante.

Sono state comunque discusse anche alcune esperienze di interazioni positive con i media. La distribuzione annuale di rose ai passanti, organizzata dall'associazione « Frislam - Fribourgeois musulmans » durante il mese di digiuno del Ramadan, suscita ad esempio sempre un eco positivo nella società e nei media.

## Le sfide per le organizzazioni musulmane e i giornalisti

I workshop hanno creato uno spazio per un dialogo critico sulle sfide che i giornalisti e le organizzazioni musulmane si trovano ad affrontare e sulle loro reciproche aspettative.

I giornalisti hanno dimostrato di non poter fare affidamento su alcuna tradizione giornalistica di analisi approfondita in un campo tematico relativamente nuovo come quello dell'« islam ». Per loro la sfida consiste nello sviluppare una conoscenza di base dell'islam e dei musulmani. Essi sperano di trovare nelle associazioni musulmane un interlocutore duraturo e disponibile. Ciò implicherebbe una certa professionalizzazione delle stesse, ma al contempo una maggiore disponibilità dei giornalisti nel mantenere i contatti con esse. I giornalisti si trovano inoltre confrontati con l'arduo compito di comprendere contenuti complessi in situazioni stressanti e di doverne rendere conto in modo succinto, restando corretti ed onesti.

Per poter dar voce agli attori musulmani, i giornalisti dipendono da dichiarazioni accurate che possono facilmente ottenere all'interno dei gruppi musulmani. Per presentare una gamma più ampia e diversificata di posizioni, essi si aspettano che le organizzazioni musulmane siano il più possibile trasparenti e prendano posizione sui dibattiti in corso, come ad esempio la formazione degli imam o il finanziamento delle associazioni. La mancanza di risposte chiare genera diffidenza e in seguito insistenza da parte dei giornalisti. In generale, questi ultimi deplorano la mancanza di autocritica da parte delle associazioni musulmane, ma queste rimproverano la stessa cosa alla carta stampata.

Molti responsabili delle associazioni musulmane non conoscono ancora bene i metodi di lavoro dei giornalisti. Vorrebbero sapere come interagire in modo più professionale con i media, dialogare con i giornalisti, stabilizzare ed espandere la loro rete di contatti e poter fornire loro interlocutori disponibili. Un'altra sfida consiste nella capacità di mostrare costruttivamente la diversità interna che caratterizza il mondo musulmano.

Le organizzazioni musulmane sono regolarmente confrontate con il problema di dover prendere posizione ancor prima che un'opinione interna venga formulata. I musulmani albanesi e la VIOZ hanno così sviluppato posizioni comuni che possono utilizzare in caso di domande. Le organizzazioni hanno anche il compito di conoscere i temi che sono di attualità nei dibattiti sociali. Esse devono essere in grado di anticipare le domande che potrebbero venir poste. Per questo devono sviluppare una sensibilità non solo verso la propria situazione e i propri bisogni, ma anche rispetto alle sensazioni e ai punti di vista esterni, anche quando questi sono critici nei confronti dell'islam. Vi è pure la possibilità di prendere posizione nei dibattiti attuali non riguardanti soltanto l'islam, come ad esempio quelli relativi al suicidio assistito o alla politica familiare. La partecipazione ai dibattiti sociali può anche avvenire attraverso i social network, tendenzialmente più accessibili.

Comunque sia, finora permane un certo disagio tra le organizzazioni musulmane, che tendono a lavorare principalmente in modo reattivo. Vi sono senza dubbio degli argomenti che esse stesse potrebbero ritenere importanti, come la cooperazione con le autorità o l'accompagnamento spirituale nelle istituzioni pubbliche. In generale sono tenute a sviluppare forme proattive di comunicazione. La sfida è quella di discutere di questioni importanti per i musulmani, senza per questo sottacere i problemi di violenza e radicalizzazione che preoccupano molte persone. Se questo esercizio di equilibrio dovesse riuscire, potrebbe emergere pubblicamente un'immagine più differenziata dell'islam. « *In gioco qui c'è molto più di un semplice lavoro mediatico* », ha sottolineato una partecipante al workshop, che ha dichiarato come l'obiettivo debba essere quello di considerare i musulmani alla stregua di tutti gli altri cittadini e le organizzazioni musulmane come attrici sociali.

### **I resoconti mediatici come fonte di apprendimento**

I media generalisti e specializzati hanno citato 23 volte il progetto « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali ». Questi reportages si sono rivelati un'importante fonte di apprendimento e discussione per la cooperazione tra il CSIS e le organizzazioni musulmane. Durante un workshop, è sorta ad esempio una discussione controversa ma anche molto fruttuosa con gli imam turchi di Diyanet sul programma « Rundschau », che si era occupato degli imam in Svizzera. La giornalista del programma « Vacarme » ha invece preparato un servizio sulle discussioni che si sono svolte in un workshop sulla sessualità. Per fare un altro esempio: il workshop sul lavoro giovanile musulmano nella Svizzera orientale ha dato la possibilità ad altri due giornalisti di fare delle ricerche locali approfondite sul tema. Il Tagblatt di San Gallo e catt.ch hanno pubblicato entrambi un articolo sull'argomento. Nel complesso, i servizi sui workshop hanno presentato un ampio spettro di protagonisti e attività, mettend così in luce aspetti generalmente poco trattati.

- SRF Fernsehen, Rundschau: « Imam-Ausbildung », 16.11.2016, online: <https://www.srf.ch/sendungen/rundschau/imam-ausbildung-jacqueline-fehr-kampfstiefel-notfall-spitaeler> (10.1.2018)
- RTS La Première, Vacarme : « L'inscription de l'Université dans la cité », 1.12.2016, online : <http://www.rts.ch/play/radio/vacarme/audio/luniversite-suisse--modele-ou-rebelle-45?id=8172806> (10.1.2018)
- Nina Rudnicki: « Muslimische Jugendarbeit steht am Anfang », St. Galler Tagblatt, 25.6.2017, online: <http://www.tagblatt.ch/ostschweiz/muslimische-jugendarbeit-steht-am-anfang;art505748,5019192> (10.1.2018)
- Barbara Camenzind: « In der muslimischen Jugendarbeit tut sich etwas », kath.ch, 3.2.2017, online: <https://www.kath.ch/news/in-der-muslimischen-jugendarbeit-tut-sich-etwas/?pw> (10.1.2018)



## 5. « La nostra responsabilità nei confronti dei media » - Intervista a Yassin Dhif

***L'immagine dell'islam e dei musulmani in Svizzera è ampiamente influenzata dagli eventi internazionali nei paesi musulmani e dagli atti di terrorismo commessi da persone che si dichiarano musulmane. In qualità di portavoce di un'associazione giovanile musulmana, che ruolo può svolgere per attenuare questa immagine?***

E' vero che l'immagine riportata a livello internazionale ha un impatto sulle rappresentazioni pubbliche dell'islam e dei musulmani. La persona che guarda la televisione o legge il giornale sarà necessariamente tentata di stabilire un collegamento e dirsi, « i musulmani che commettono dei reati sono necessariamente inclini a farlo ». Il rapporto di causa-effetto si costruisce rapidamente nella testa delle persone. Se è vero che è fastidioso dover spiegare sempre più spesso che non siamo tutti così e che la loro interpretazione dell'islam non è la nostra, è tuttavia essenziale che i musulmani comunichino di più. Oggi la realtà è chiara: le associazioni musulmane comunicano poco e male, a volte non comunicano del tutto. È un commento ma anche un rimprovero che rivolgo loro. Le associazioni musulmane in Svizzera sono attive: svolgono un lavoro di spiegazione, organizzano giornate delle porte aperte e partecipano al dialogo interreligioso. Il problema è che non comunicano correttamente ciò che fanno. Per quanto riguarda la nostra immagine pubblica, è necessario essere autocritici. Sono convinto che una comunicazione più precisa sulle attività consentirebbe di smontare un insieme di pregiudizi e soprattutto di evitare che altri parlino al nostro posto e ci valutino solo sulla base dell'attualità internazionale. Dobbiamo quindi cambiare il nostro approccio, assumerci le nostre responsabilità e presentare le nostre attività partecipative, raccontare il nostro modo di vivere l'islam qui in Svizzera. Questo è ciò che mi sforzo di fare come portavoce: comunicare e parlare delle nostre attività. Le persone hanno bisogno di sapere con chi vivono. E' un bisogno questo, al quale dobbiamo rispondere.

***Può parlarci di un ricordo positivo e di uno negativo circa la collaborazione con i media?***

Ho avuto una buona esperienza durante la registrazione di un programma televisivo. In quella occasione, il giornalista è venuto ad incontrarci ed ha passato la giornata con noi. Prima mi ha filmato nella mia attività professionale, poi abbiamo viaggiato insieme da Ginevra a Friburgo, abbiamo dis-

cusso ed ha capito il nostro approccio; ci siamo ritrovati pienamente nelle sue domande e nelle nostre risposte. Siamo stati in grado di far passare il nostro messaggio, perché tra noi si era sviluppato un rapporto di fiducia. Questa collaborazione positiva si riflette nel reportage. Io stesso non ho avuto un'esperienza negativa. Questo non è però il caso di altri musulmani che parlano a nome delle loro associazioni. L'abbiamo visto durante i workshop sui media: c'è una mancanza di fiducia evidente. Alcuni si rifiutano addirittura di collaborare con i media. Sto cercando di spiegare loro che dobbiamo condividere le nostre opinioni. Se non lo facciamo, il giornalista sceglie unicamente la sua visuale e si corre il rischio di non riconoscersi affatto nel modo in cui viene trattato un soggetto.

***Quali lezioni può trarre da queste esperienze?***

In primo luogo, è importante conoscere il giornalista con cui si lavora, interagire con lui e stabilire un rapporto di fiducia. Dovremmo in generale saperne di più sui giornalisti che lavorano nelle redazioni delle nostre regioni. Possedere una rubrica è un primo passo verso una strategia di comunicazione. In secondo luogo, dobbiamo essere proattivi, parlare alle persone, non dimostrarci soltanto reattivi, ma promuovere la comunicazione sulle nostre attività. In terzo luogo, non dobbiamo mai rispondere d'acchito, ma darci un tempo di riflessione. Nel loro lavoro con i media le associazioni musulmane vivono un paradosso: da un lato accusano i giornalisti di averli rinchiusi in categorie e di trasmettere un'immagine standardizzata dell'islam, lontana dalla loro pratica. D'altro canto, si rifiutano di comunicare con loro. Il giornalista ha un lavoro da consegnare. Scriverà il suo articolo, con o senza la nostra collaborazione. Per noi è un'occasione più che un rischio di poter partecipare al dibattito e influenzare il taglio di un articolo. Comunicare è un lavoro e le capacità comunicative non possono essere improvvisate. Un'ulteriore possibilità potrebbe consistere nel fatto che le associazioni attribuiscono maggiore importanza ai loro siti web e alla loro presenza sui social network. I giornalisti dovrebbero essere in grado di trovarvi informazioni concrete sul ruolo e la posizione delle associazioni sulle questioni sociali.

## Riflessioni conclusive

### ***Come portavoce, lei rappresenta la posizione della sua associazione. Come fa a separare ciò che la riguarda a titolo privato da ciò che attiene alla sua associazione ?***

Prima di rilasciare un'intervista, ne discutiamo in seno al comitato. Le idee che vogliamo trasmettere vengono discusse in anticipo, il che ci permette di riflettere l'opinione della nostra associazione. Come ho detto prima, un'altra regola che mi impongo, è di non rispondere mai a caldo. Chiedo ad esempio un po' di tempo per discuterne con il comitato. I giornalisti pretendono spesso delle risposte immediate e questo non mi piace. La consultazione tra di noi è necessaria. Lo stesso approccio si applica alle e-mail che riceviamo: rispondiamo con una «avviso di ricevimento», in cui spieghiamo che la domanda sarà discussa e che daremo una risposta. Riflettere sulla nostra risposta è un imperativo professionale; non possiamo replicare istintivamente a una domanda relativa all'islam o agli avvenimenti attuali che riguardano il mondo arabo-musulmano in generale! Inoltre diamo unicamente risposte a domande che riguardano noi giovani musulmani e la nostra partecipazione civica.

### ***Data la sua esperienza di lavoro con i media, quali consigli darebbe ad un imam che, ad esempio, dovrebbe parlare di un tema di attualità?***

A mio parere, non è necessariamente il ruolo dell'imam quello di parlare con la stampa, ma piuttosto delle associazioni. Un imam può, se se la sente e se ne è in grado, esprimersi su argomenti legati alla teologia ad esempio. Ma non è compito suo commentare le notizie internazionali. Le associazioni invece dovrebbero sentirsi più responsabili di comunicare e dotarsi di *community managers*, ossia persone incaricate di comunicare con il mondo esterno. Non comunicare è un atto di comunicazione in sé. E oggi il fatto che non ci esprimiamo su questioni che ci riguardano, ci fa apparire più come colpevoli che come cittadini attivi nella società.

I workshop sul tema dei media e dell'opinione pubblica si sono concentrati su un tema delicato del progetto « Le organizzazioni musulmane come attrici sociali ». L'islam non è di per sé un caso particolare, ma un soggetto della società come molti altri. Nell'adempire i loro obblighi di informazione, i media riportano notizie relative all'islam come fanno per altri argomenti. Ma le implicazioni globali di questa religione, i pregiudizi che la circondano e le espressioni estreme che le vengono associate, impongono un insieme di condizioni specifiche al dibattito. I rapporti tra media e musulmani fanno parte di questo quadro. I workshop hanno dimostrato che un intenso scambio tra giornalisti e responsabili musulmani può portare ad una visione condivisa dei conflitti e dei problemi. Alla luce di tutto ciò, è possibile fare il punto della situazione e formulare le seguenti raccomandazioni:

*In primo luogo*, i media hanno una chiara responsabilità nel dibattito sull'islam e i musulmani. L'immagine che la società ne ha è in effetti trasmessa e fortemente influenzata dai media. È chiaro che gli sviluppi problematici in diverse regioni del mondo, in Europa e in Svizzera, devono essere presentati criticamente da diverse angolazioni. Ma gli sviluppi positivi devono in egual modo poter trovare il loro posto. È quindi importante che vengano riportate anche le attività dei musulmani in Svizzera, a livello locale, regionale o nazionale. I giornalisti che lavorano su questo tema necessitano di informazioni e di una buona rete di persone legate alle associazioni, che possano rispondere alle loro domande. È inoltre auspicabile che i giornalisti che lavorano sulla questione dell'islam e dei musulmani approfittino delle opportunità per approfondire le loro conoscenze in questo ambito.

*In secondo luogo*, gli attori musulmani possono contribuire in modo decisivo al dibattito pubblico attraverso il loro impegno mediatico. Se questi saranno in grado di abbandonare il campo della difesa e della reazione per diventare proattivi, aumenteranno le loro possibilità di diventare pubblicamente visibili e di cambiare l'immagine e la percezione distorta che si ha di loro. Per questo motivo il lavoro di pubbliche relazioni deve diventare una delle loro priorità. Anche se i loro mezzi sono limitati, essi hanno tra le giovani generazioni le competenze e le risorse per integrare i media tradizionali e sociali. I social network offrono opportunità di partecipazione ancora da sondare. Le associazioni spesso non dispongono di responsabili formati al

funzionamento dei media ed è poco probabile che lo diventino presto, soprattutto a causa di motivi finanziari. Per loro si tratta di partecipare ad un dibattito vario e animato con le risorse esistenti. Per fare ciò, a differenza di quello avvincente oggi, devono differenziare la loro logica da quella dei media e rispettare la loro autonomia, anche se questa meta non è facile da raggiungere data la considerevole presenza di attori in gioco.

*In terzo luogo*, gli schemi interpretativi sono spesso stereotipati. È importante che tutti i soggetti coinvolti sviluppino nuove interazioni e scoprano in seno al mondo dei media e a quello musulmano strutture e posizioni di cui non sono ancora a conoscenza. È inutile considerare i musulmani soltanto come vittime del discorso egemonico, poiché ciò può paralizzare e amplificare il problema. D'altra parte, è possibile pensare al grande interesse dei media per l'islam e i musulmani come ad un'opportunità. Esistono questioni ricorrenti che interessano l'opinione pubblica e che i media riprendono, come ad esempio le leggi che regolano il rapporto tra lo Stato e le comunità religiose non riconosciute in alcuni Cantoni. Se i musulmani esprimono le proprie opinioni sull'argomento, si creano maggiori possibilità di integrarli nel dibattito.

*In quarto luogo*, il tema dei musulmani e dell'opinione pubblica è un importante indicatore della coesione sociale. Il modo in cui i media rappresentano l'islam può far sì che i musulmani si sentano esclusi e fraintesi dalla società. I media possono però anche rendere visibili delle iniziative esemplari in materia di partecipazione dei musulmani, mostrando in quali ambiti i essi operano per il bene comune nelle loro associazioni, ma anche oltre, come nel campo del lavoro con i rifugiati. Ciò permette pure di evitare di concentrarsi troppo sull'aspetto religioso nel dibattito sull'islam. Gli attori musulmani sono chiamati a comunicare non solo con i giornalisti, ma anche con il pubblico in generale. Le società moderne sono plurali, il che ha ovviamente un impatto anche sui musulmani. È quindi importante che una diversità di opinioni trovi posto non soltanto nel dibattito sociale, ma pure nelle discussioni interne tra i musulmani e le loro organizzazioni.

## Per approfondire

### Articoli e opere citate

Baumann, Martin/Endres, Jürgen/Martens, Silvia/Tunger-Zanetti, Andreas 2017: «Hallo, es geht um meine Religion!». Muslimische Jugendliche in der Schweiz auf der Suche nach ihrer Identität. Hg. v. Zentrum Religionsforschung. Universität Luzern. Luzern. [https://www.unilu.ch/fileadmin/fakultaeten/ksf/institute/zrf/dok/Forschungsbericht\\_Hallo\\_es\\_geht\\_um\\_meine\\_Religion.pdf](https://www.unilu.ch/fileadmin/fakultaeten/ksf/institute/zrf/dok/Forschungsbericht_Hallo_es_geht_um_meine_Religion.pdf) (6.3.2018)

Behloul, Samuel-Martin 2009: Discours total! Le débat sur l'islam en Suisse et le positionnement de l'islam comme religion publique, in : Mallory Schneuwly Purdie, Matteo Gianni und Magali Jenny (Hg.), *Musulmans d'aujourd'hui. Identités plurielles en Suisse*, Genève (Religions et modernités, 4), S. 53–72.

Ufficio federale di statistica 2016: Pratiche e credenze religiose e spirituali in Svizzera. Primi risultati dell'indagine sulla lingua, la religione e la cultura 2014, Neuchâtel. <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/350459/master> (5.3.2018)

Ufficio federale di statistica 2018: Popolazione residente permanente di 15 anni e più secondo l'appartenenza religiosa e confessionale e il Cantone, Neuchâtel. <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/4242779/master> (12.6.2018)

Dahinden, Urs 2009: Die Darstellung von Religionen in Schweizer Massenmedien. Zusammenprall der Kulturen oder Förderung des Dialogs? Schlussbericht. Ein Projekt im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms „Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft (NFP 58)“. Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur. Chur. [http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp58/NFP58\\_Schlussbericht\\_DahindenU.pdf](http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp58/NFP58_Schlussbericht_DahindenU.pdf) (5.3.2018)

Ettinger, Patrik 2017a: Muslime in den Medien zunehmend problematisiert. Studie zur Qualität der Berichterstattung über Muslime in der Schweiz, in: Tangram (40), S. 69–75.

Ettinger, Patrik 2017b: Qualität der Berichterstattung über Muslime in der Schweiz. Präsentation an der Fachtagung «Muslimfeindlichkeit», Freiburg, 11.9.2017.

Ettinger, Patrik/Imhof, Kurt 2011: Ethnisierung des Politischen und Problematisierung religiöser Differenz. Schlussbericht. NFP 58 „Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft“. Universität Zürich. Zürich. [http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp58/NFP58\\_Schlussbericht\\_DahindenU.pdf](http://www.snf.ch/SiteCollectionDocuments/nfp/nfp58/NFP58_Schlussbericht_DahindenU.pdf) (12.3.2018)

Feddersen, Alexandra 2015: Same but Different. Muslims and Foreigners in Public Media Discourse, in: Swiss Political Science Review 21 (2), S. 287–301. DOI: 10.1111/spsr.12158.

gfs.bern 2014: Verbreitung und Entwicklung von Rassismus, Fremdenfeindlichkeit, Muslimfeindlichkeit und Judenfeindlichkeit. Schlussbericht zur Studie «Zusammenleben in der Schweiz 2010-2014». Studie im Auftrag der Fachstelle für Rassismusbekämpfung. Unter Mitarbeit von Claude Longchamp, Martina Imfeld, Stephan Tschöpe, Meike Müller, Philippe Rochat und Johanna Schwab. Hg. v. gfs. bern. Bern. <http://www.gfsbern.ch/DesktopModules/EasyDNNNews/DocumentDownload.ashx?portalid=0&moduleid=677&articleid=1256&documentid=969> (7.3.2018).

Gianni, Matteo/Giugni, Marco/Michel, Noémi 2015: Les musulmans en Suisse. Pro-fils et intégration. Lausanne (Collection le savoir suisse Politique, 106).

Halm, Dirk/Sauer, Martina 2017: Muslime in Europa. Integriert, aber nicht akzeptiert? Religionsmonitor - verstehen, was verbindet. Hg. v. Bertelsmann Stiftung. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. [https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie\\_LW\\_Religionsmonitor-2017\\_Muslime-in-Europa.pdf](https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie_LW_Religionsmonitor-2017_Muslime-in-Europa.pdf) (7.3.2018).

Mader, Luzius/Schinz, Marc 2012: Religion in der Öffentlichkeit, in: Christoph Böhlinger und Martin Baumann (Hg.): Religionen, Staat und Gesellschaft. Die Schweiz zwischen Säkularisierung und religiöser Vielfalt. Zürich, Neue Zürcher Zeitung (NZZ Libro), S. 109–143.

NN [ddp/sda] 2010: Nicht gegen Muslime, aber gegen den Islam, 25.01.2010.

[https://www.nzz.ch/vox-analyse\\_zur\\_minarett-initiative-1.4616364](https://www.nzz.ch/vox-analyse_zur_minarett-initiative-1.4616364) (6.3.2018)

Schmid, Hansjörg/Schneuwly Purdie, Mallory/Lang, Andrea 2015: Formations continues sur l’islam en Suisse – Etat des lieux et analyse des besoins. Rapport de recherche, Centre Suisse Islam et Société (CSIS), Université de Fribourg, Fribourg. [http://www3.unifr.ch/szig/de/assets/public/uploads/Rapports/2016/schlussbericht-\\_islambezogene\\_weiterbildung.pdf](http://www3.unifr.ch/szig/de/assets/public/uploads/Rapports/2016/schlussbericht-_islambezogene_weiterbildung.pdf) (1.3.2018)

Schneuwly Purdie, Mallory: De l’étranger au musulman. Immigration et intégration de l’islam en Suisse, Saarbrücken: Editions universitaires européennes, 2010.

Sen, Amartya 2012: Die Identitätsfalle. Warum es keinen Krieg der Kulturen gibt, München

Tillie, Jean/Koomen, Maarten/van Heelsma, Anja/Damstra, Alyt 2013: Finding a Place for Islam in Europe. Cultural Interactions between Muslim Immigrants and Receiving Societies. Final integrated report. [Amsterdam]. [www.demeure-lafrance.fr/photos/Tweets9/EURISLAM.pdf](http://www.demeure-lafrance.fr/photos/Tweets9/EURISLAM.pdf) (02.08.2018)

## Riferimenti aggiuntivi (opere e articoli)

Associazioni musulmane partner degli atelier: <https://www3.unifr.ch/szig/fr/formationcontinue/projet-omas/ateliers.html>

Mediendienst Integration 2016: Journalisten-Handbuch zum Thema Islam. Berlin. [https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Handbuch\\_Islam.pdf](https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Handbuch_Islam.pdf) (1.3.2018)

PositivIslam. Quand des jeunes parlent d’islam et de citoyenneté à d’autres jeunes. Progetto di ricerca del CSIS. <http://www3.unifr.ch/szig/fr/recherche/positivislam/> (8.3.2018)

Service de lutte contre le racisme, Rapports pour documenter et combattre le racisme. <https://www.edi.admin.ch/edi/IT/home/fachstellen/slr.html> (7.3.2018)

Programme national de recherche « Collectivités religieuses, Etat et société » (PNR 58), toutes les publications sont disponibles en ligne sur : [www.nfp58.ch](http://www.nfp58.ch) (6.3.2018)

