

Rada Európy
Výbor ministrov

ODPORÚČANIE Č. R (97)21
Výboru ministrov členským štátom
o médiách a podpore kultúry znášateľnosti

(prijaté Výborom ministrov 30.X.1997 na 607. schôdzi zástupcov ministrov)

Výbor ministrov v zmysle Čl. 15 Štatútu Rady Európy,

Majúc na zreteli, že úlohou Rady Európy je prehlbovať jednotu členských štátov pri zachovávaní a presadzovaní ideálov a princípov, ktoré sú ich spoločným dedičstvom, ako aj pri podpore hospodárskeho a sociálneho pokroku,

Zdôrazňujúc svoje odhodlanie zabezpečiť každému jednotlivcovi rovnakú dôstojnosť, ako aj jeho práva a slobody bez akejkoľvek diskriminácie, či už na základe príslušnosti k pohlaviu, rase, farbe pleti, jazyku, náboženskému, politickému alebo inému presvedčeniu, alebo na základe štátnej príslušnosti či sociálneho pôvodu, vo vzťahu k národnostnej menšine, vlastníctvu, miestu narodenia alebo na inom základe,

Vychádzajúc z toho, že hlavy štátov a vlád členských štátov Rady Európy vyjadrili na Viedenskej vrcholnej konferencii (október 1993) presvedčenie, že princíp znášateľnosti je pre Európu zárukou udržania otvorenej spoločnosti, ktorá rešpektuje kultúrnu rozmanitosť,

V odhodlaní prehlbovať aktivity na potlačenie neznášateľnosti, opierajúc sa pritom o Akčný plán prijatý na Viedenskej vrcholnej konferencii,

Vítajúc iniciatívy medzinárodných organizácií, vlád a rôznych sektorov spoločnosti, namierené na podporu kultúry znášateľnosti, a osobitne iniciatívy pracovníkov médií vo vedomí, že práve oni majú mimoriadne možnosti podporovať tieto iniciatívy a dosiahnuť, aby sa s nimi stotožnili všetky mediálne sektory,

Uvedomujúc si, že médiá môžu pozitívne prispieť k boju proti neznášateľnosti, a to najmä vtedy, ak budú podporovať kultúru porozumenia medzi rozličnými etnickými, kultúrnymi a náboženskými skupinami v spoločnosti,

Zdôrazňujúc v súlade s článkom 10 Európskeho dohovoru o ľudských právach nezávislosť a svojprávnosť pracovníkov médií a mediálnych organizácií, ako aj potrebu zahrnúť prostriedky, ktorými sa tieto princípy porušujú,

Majúc na zreteli, že pracovníci médií môžu účinne prispieť pri hlbšom reflektovaní problematiky neznášateľnosti v rámci rastúcej multikultúrnej a multietnickej skladby členských štátov, ako aj pri realizácii opatrení, ktoré môžu prijať na podporu

znášanlivosti a porozumenia,

V presvedčení, že tieto opatrenia môžu byť prijaté na viacerých úrovniach nevynímajúc novinárske školy a mediálne organizácie, ako aj v kontexte praktického výkonu jednotlivých profesií v médiách a takisto v presvedčení, že úspech týchto opatrení do značnej miery závisí od miery angažovanosti celej škály profesií v rôznych mediálnych sektoroch, osobitne od vlastníkov médií, riadiacich pracovníkov, redaktorov, scenáristov, výrobcov relácií, novinárov a zadávateľov reklamy,

Berúc do úvahy Odporúčanie 1277 (1995) Parlamentného zhromaždenia Rady Európy o migrantoch, etnických menšinách a médiách,

odporúča vládam členských štátov:

1. Oboznámiť s opatreniami uvedenými v prílohe k tomuto Odporúčaniu nasledujúce subjekty:

- podniky v oblasti tlače, rozhlasového a televízneho vysielania, ako aj v oblasti nových komunikácií a reklamy;
- reprezentatívne orgány pracovníkov týchto oblastí;
- regulačné a samoregulačné orgány v týchto oblastiach;
- odbory žurnalistiky na školách a inštitúty pre mediálne vzdelávanie.

2. Vychádzať v ústrety všetkým požiadavkám na podporu iniciatív zameraných na plnenie cieľov tohto Odporúčania.

PRÍLOHA K ODPORÚČANIU Č. R (97)21

Rozsah

Súbor aktivít, ako je uvedený nižšie, predstavuje bez nároku na úplnosť príklady profesionálnych praktík vedúcich k podpore kultúry znášanlivosti, ktoré si zasluhujú všeobecnejšie uplatnenie v horeuvedených mediálnych sektoroch.

Profesionálne praktiky vedúce k podpore kultúry znášanlivosti

1. Vzdelávanie

Základné vzdelávanie

Odbory žurnalistiky na školách a inštitúty pre mediálne vzdelávanie - pokiaľ tak ešte neurobili - môžu zaviesť ako užitočnú súčasť svojho učebného procesu špeciálne kurzy zamerané na prehľbovanie profesionalizmu so zreteľom na:

- pôsobenie médií v multietnických a multikultúrnych spoločnostiach;
- možnosti médií prispieť k lepšiemu vzájomnému porozumeniu medzi rozmanitými etnickými, kultúrnymi a náboženskými komunitami.

Ďalšie vzdelávanie

Mediálne podniky by mali účinne zabezpečovať pre svojich pracovníkov na všetkých úrovniach vnútropodnikové vzdelávanie alebo možnosti externého vzdelávania o profesionálnych aspektoch problému znášanlivosti a neznášanlivosti.

2. Mediálne podniky

Problém neznášanlivosti si vyžaduje pozornosť tak zo strany verejnosti, ako aj zo strany mediálnych podnikov. Skúsenosti z odborných mediálnych kruhov ukazujú, že tieto podniky môžu užitočným spôsobom plniť nasledujúce ciele:

- vecne a presne informovať o rasisticky motivovaných činoch a prejavoch neznášanlivosti;
- citlivým spôsobom informovať o napätých situáciách medzi komunitami;
- vyhýbať sa znevažujúcim stereotypom pri opisovaní členov kultúrnych, etnických alebo religióznych komunít vo svojich publikáciách či vo vysielaní;
- objasňovať správanie sa jednotlivcov bez odkazov na ich príslušnosť k takýmto komunitám, ak táto skutočnosť nie je relevantná;
- vyvážené a objektívne opisovať kultúrne, etnické a náboženské komunity, pričom treba brať do úvahy aj ich vlastné hľadiská a sebahodnotenie;
- burcovať verejnú mienku proti škodlivej neznášanlivosti;
- prehlbovať u verejnosti pochopenie pre odlišnosť a jej uznanie;
- stavať sa proti predsudkom, z ktorých vychádzajú netolerantné výroky v rámci interview, reportáží, diskusných relácií atď.;
- pri spracovaní materiálov si preverovať váhu zdroja informácií;
- brať do úvahy skladbu personálu mediálneho podniku a to, do akej miery zodpovedá multietnickému, multikultúrnemu charakteru jeho čitateľov, poslucháčov či divákov.

3. Reprezentatívne orgány pracovníkov médií

Reprezentatívne orgány rôznych kategórií pracovníkov médií by mali cielene vytvárať akčné programy alebo vyvíjať praktické iniciatívy na podporu kultúry znášanlivosti.

4. Kódexy

Tieto iniciatívy a aktivity môžu byť tesne prepojené s profesionálnymi kódexami rôznych mediálnych sektorov, ktoré vedú pracovníkov médií k tomu, aby v problematike diskriminácie a neznášanlivosti pozitívne prispievali k prehlbovaniu znášanlivosti a vzájomného porozumenia medzi rozličnými náboženskými, etnickými a kultúrnymi skupinami spoločnosti.

5. Vysielanie

Pokiaľ verejní vysielatelia majú osobitnú povinnosť podporovať kultúru znášanlivosti a porozumenia, vysielacie médiá ako celok predstavujú silný faktor pri tvorbe prostredia, ktoré znemožní prejavy neznášanlivosti. Inšpirovať sa môžu tými vysielateľmi, ktorí napríklad:

- robia náležité kroky v oblasti programovej skladby, a to aj vo vysielacích časoch s najvyššou sledovanosťou, s cieľom podporiť integráciu všetkých jednotlivcov, skupín a komunít, pričom zabezpečujú vyvážené vysielacie časy pre rozličné etnické, náboženské a iné komunity;
- pestujú multikultúrny prístup k programovým obsahom, a tak sa zamedzuje vysielanie

relácií, ktoré predstavujú spoločnosť ako monokultúrnu a jednojazyčnú;
- podporujú multikultúrny prístup k reláciám, určeným špeciálne pre deti a mladistvých, a tak im pomáhajú vyrastať vo vedomí, že kultúrne, náboženské a etnické rozdiely sú prirodzeným a pozitívnym prvkom spoločnosti;
- vytvárajú podmienky pre výmenu programových materiálov na regionálnej, celoštátnej alebo európskej úrovni, ak tieto materiály preukázali svoju hodnotu pri mobilizácii verejnej mienky proti škodlivým prejavom neznášanlivosti, alebo ak prispievajú k rozvoju vzťahov medzi komunitami v multietnických alebo v multikultúrnych spoločnostiach.

6. Reklama

I keď v niektorých komerčných reklamách sa už multietnický a multikultúrny charakter spotrebiteľskej spoločnosti berie do úvahy a niektorí reklamní tvorcovia sa usilujú vyrobiť reklamné oznámenia tak, aby odrážali v pozitívnom svetle kultúrnu, náboženskú a etnickú rozmanitosť, príslušné profesionálne kruhy môžu využiť aj také praktické kroky, aké sú uvedené nižšie.

V niektorých štátoch boli v rámci reklamného sektora prijaté kódexy, ktoré zakazujú diskrimináciu na základe príslušnosti k rase, farby pleti, národnostného pôvodu atď. Niektoré mediálne podniky odmietajú sprostredkovať reklamné oznámenia, ktoré zobrazujú kultúrnu, náboženskú alebo etnickú odlišnosť negatívnym spôsobom, napríklad oživovaním starých stereotypov.

Niektoré verejné i súkromné organizácie rozvíjajú reklamné kampane zamerané na podporu znášanlivosti. Média by mali byť prizývané k aktívnej spolupráci pri šírení týchto reklamných aktivít.

Prevzaté z publikácie "Základné európske dokumenty v oblasti regulácie elektronických médií", vydali Národné centrum mediálnej komunikácie a Výskumný servis Slovenskej televízie, Bratislava, 1998