

PREPORUKA KOMITETA MINISTARA DRŽAVAMA ČLANICAMA O MEDIJIMA I PROMOVISANJU KULTURE TOLERANCIJE

(Preporuka br. R (97) 21, usvojio Komitet ministara 30. oktobra 1997. na 607. sastanku
zamenika ministara)

Komitet ministara, na osnovu člana 15.b Statuta Saveta Evrope,

Imajući u vidu da je cilj Saveta Evrope postizanje većeg jedinstva između članica kako bi se očuvali i promovisali ideali i načela koji su njihovo zajedničko nasleđe i olakšao njihov ekonomski i društveni napredak;

Naglašavajući svoju privrženost garantovanju jednakog dostojanstva svim pojedincima i uživanja prava i sloboda bez diskriminacije po bilo kom osnovu, kao što su pol, rasa, boja, jezik, vera, političko ili drugo uverenje, nacionalno ili socijalno poreklo, pripadnost nekoj nacionalnoj manjini, imovinsko stanje, rođenje ili neki drugi status;

Podsećajući na to da su šefovi država i vlada država članica Saveta Evrope izrazili svoje uverenje na Konferenciji na najvišem nivou u Beču (oktobar, 1993. godine) da je načelo tolerancije garancija očuvanja otvorenog društva u kome se poštuje kulturna raznolikost u Evropi;

Rešen da intenzivira aktivnosti protiv netolerancije, na osnovu Plana akcije usvojenog na Konferenciji na najvišem nivou u Beču;

Pozdravljajući inicijative međunarodnih organizacija, vlada i različitih sektora društva za promovisanje kulture tolerancije, a posebno one koje preduzimaju medijski poslenici, i ističući da su oni u naročito dobrom položaju da promovišu te inicijative i obezbede njihovo opšte prihvatanje u svim medijskim sektorima;

Konstatujući da mediji mogu da daju pozitivan doprinos borbi protiv netolerancije, posebno kada neguju kulturu razumevanja među različitim etničkim, kulturnim i verskim grupama u društvu;

Ističući, u skladu s članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima, nezavisnost i samostalnost medijskih poslenika i medijskih organizacija, kao i potrebu da se izbegnu mere koje bi se kosile s tim načelima;

Imajući u vidu da bi bilo korisno pozvati medijske poslenike da više razmisle o problemu netolerancije u državama članicama čiji je sastav u sve većoj meri multikulturalan i multietnički i o merama koje bi mogli da preduzmu za promovisanje tolerancije i razumevanja;

Ubeđen da se takve mere mogu primeniti na više nivoa, uključujući škole novinarstva, medijske organizacije, kao i prilikom obavljanja medijskih profesija;

Ubeđen takođe da uspeh takvih mera umnogome zavisi od stepena angažovanja različitih kategorija profesionalaca u medijskim sektorima, a naročito vlasnika medija, menadžera, urednika, pisaca, autora programa, novinara i zaposlenih u marketingu;

Imajući na umu Preporuku 1277 (1995) Parlamentarne skupštine o migrantima, etničkim manjinama i medijima;

Preporučuje da vlade država članica:

1. upoznaju sledeće ciljne grupe sa načinima delovanja iznetim u aneksu ove preporuke:
 - štampu, radio i televizijske kuće, kao i nove sektore komunikacija i oglašavanja;
 - predstavnička tela medijskih poslenika u tim sektorima;
 - regulatorna i samoregulatorna tela u tim sektorima;
 - škole novinarstva i institute za obuku za rad u medijima.
2. razmotre u pozitivnom duhu svaki zahtev za podršku inicijativama preduzetim radi spovođenja ciljeva iz ove preporuke.

ANEKS PREPORUKE BR. (97) 21

Polje primene

Načini delovanja koji se ovde navode imaju za cilj da ukažu samo na neke od primera profesionalne delatnosti koji doprinose promovisanju kulture tolerancije i zaslužuju da se šire primenjuju u različitim, gore pomenutim, medijskim sektorima.

Profesionalne delatnosti koje doprinose promovisanju kulture tolerancije

1. Obuka

Početna obuka

Škole novinarstva i instituti za obuku za rad u medijima mogli bi, ukoliko to već nisu učinili, da uvedu specijalističke kurseve u svoje osnovne nastavne programe u cilju razvijanja osećaja za profesionalizam, imajući pri tom na umu:

- angažovanje medija u multietničkim i multikulturalnim društvima;
- doprinos medija boljem razumevanju među različitim etničkim, kulturnim i verskim zajednicama.

Kasnija obuka

Obuku o profesionalnim standardima kada je reč o toleranciji i netoleranciji za zaposlene na svim nivoima, medijske kuće bi mogle da obezbede u svojim prostorijama ili da omoguće obuku van njih.

2. Medijske kuće

Problem netolerancije zahteva razmatanje kako u javnosti, tako i unutar medijskih kuća. Iskustvo profesionalnih medijskih krugova pokazuje da bi bilo korisno da medijske kuće razmisle o sledećem:

- izveštavanju zasnovanom na činjenicama i istinitim podacima o rasizmu i netoleranciji;
- oprezno izveštavanju kada je o reč o napetosti među zajednicama;
- izbegavanju pogrdnog stereotipnog opisivanja pripadnika kulturnih, etničkih ili verskih zajednica u svojim publikacijama i programima;
- prikazivanju ponašanja nekog pojedinca bez dovođenja u vezu sa pripadnošću nekoj zajednici onda kada je to irelevantno;
- prikazivanju kulturnih, etničkih i verskih zajednica u uravnoteženom i objektivnom svetlu i na način koji takođe odražava poglede tih zajednica;
- skretanju pažnje javnom mnjenju na zla netolerancije;
- produblivanju razumevanja javnosti i poštovanje različitosti;
- osporavanju pretpostavki koje su sadržane u netolerantnim primedbama sagovornika prilikom intervjua, u izveštajima, diskusionim programima itd;
- uticaju izvora informacija na izveštavanje;
- raznolikosti radne snage u medijskim kućama i meru do koje ona odražava multietnički, multikulturalni karakter čitalaca, slušalaca ili gledalaca.

3. Predstavnička tela medijskih poslenika

Bilo bi korisno da predstavnička tela različitih kategorija medijskih poslenika usvoje programe akcija ili preduzmu praktične inicijative za promovisanje kulture tolerancije.

4. Kodeksi ponašanja

Takve inicijative i akcije mogu da idu ruku pod ruku s profesionalnim kodeksima ponašanja koji su usvojeni u različitim medijskim sektorima i koji se bave problemima diskriminacije i netolerancije putem ohrabrivanja medijskih poslenika da daju pozitivan doprinos razvoju tolerancije i uzajamnom razumevanju među različitim verskim, etničkim i kulturnim grupama u društvu.

5. Radio-difuzija

Dok radio-difuzne organizacije javnog servisa imaju posebnu obavezu da promovišu kulturu tolerancije i razumevanja, radio-difuzni mediji u celini predstavljaju moćno sredstvo za stvaranje atmosfere za suzbijanje netolerancije. Oni bi mogli da se rukovode primerom radio-difuznih organizacija koje, na primer:

- ulažu odgovarajuće napore da, i u najgledanijim terminima, imaju emisije koje doprinose integraciji svih pojedinaca, grupa i zajednica i da obezbede srazmernu programsku zastupljenost različitih etničkih, verskih i drugih zajednica;
- razvijaju multikulturalni pristup programskom sadržaju, kao što je, na primer, izbegavanje programa koji predstavljaju društvo u jednodimenzionalnom i jednojezičkom smislu;
- promovišu multikulturalni pristup u programima koji su posebno namenjeni deci i mladima kako bi im omogućili da odrastu sa saznanjem da je kulturna, verska i etnička različitost prirodan i pozitivan element u društvu;
- stvaraju uslove za razmenu, na regionalnom, nacionalnom ili evropskom nivou, programskih materijala koji su se pokazali delotvornim za mobilisanje javnog mnjenja protiv zala netolerancije ili su doprineli boljim odnosima među zajednicama u multietničkim i multikulturalnim društvima.

6. Oglašavanje

Iako se multietnički i multikulturalni karakter potrošačkog društva već ogleda u izvesnim komercijalnim reklamama i mada pojedini ljudi iz marketinga ulažu napore da naprave reklamu na način koji stvara pozitivnu sliku o kulturnoj, verskoj i etničkoj raznolikosti, zainteresovani profesionalni krugovi bi mogli da prihvate dole navedenu praksu.

U nekim zemljama postoje kodeksi ponašanja u marketingu koji zabranjuju diskriminaciju na osnovu rase, boje, nacionalnog porekla itd.

Postoje medijske kuće koje odbijaju da prenose reklamne poruke koje prikazuju kulturne, verske ili etničke različitosti na negativan način, na primer naglašavanjem stereotipa.

Pojedine javne i privatne organizacije su razvile reklamne kampanje koje su osmišljene tako da promovišu toleranciju. Mediji bi mogli da budu pozvani da aktivno sarađuju na širenju takvih reklama.

OBRAZLOŽENJE

Uvod

1. Ova preporuka, zajedno s preporukom broj R (97) 20 o „govoru mržnje“ jedan je od konkretnih rezultata međuvladinog rada Saveta Evrope u sektoru medija tokom 1995-1996. godine.
2. Tolerancija i poštovanje jednakog dostojanstva svakog ljudskog bića predstavljaju samu osnovu demokratskog i pluralističkog društva. Ovo objašnjava zašto je Savet Evrope uvek poklanjao najveću pažnju očuvanju i ostvarivanju ovih ideala i načela.
3. Na samitu šefova država i vlada zemalja članica Saveta Evrope, održanom u Beču 8. i 9. oktobra 1993. godine, izražena je zabrinutost zbog oživljavanja rasizma, ksenofobije i antisemitizma, razvoja klime netolerancije, sve češćih akata nasilja, posebno uperenih protiv migranata i osoba imigrantskog porekla, i razvoja novih izraza ksenofobije u obliku agresivnog nacionalizma i etnocentrizma. Šefovi država i vlada su izrazili uverenje da su ovi oblici netolerancije pretnja demokratskim društvima i njihovim osnovnim vrednostima.
4. Na bečkom samitu je usvojen Plan akcije za borbu protiv rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije. Plan akcije je ustanovio širok niz mera za mobilisanje javnosti i poboljšanje i delotvornu primenu garancija i politike čiji je cilj borba protiv tih pojava. Mediji su jedan od sektora obuhvaćenih Planom akcije. U stavu 5 Plana od medijskih profesija se traži „*da izveštavaju o delima i komentarišu dela koja spadaju u rasizam i netoleranciju na istinit i odgovoran način i da nastave da razvijaju profesionalne etičke kodekse koji odražavaju ove zahteve*“.
5. Značaj medija u borbi protiv rasizma i netolerancije takođe je istaknut u Preporuci 1277 (1995) Parlamentarne skupštine o migrantima, etničkim manjinama i medijima. Stav 2 ove preporuke glasi: „*Prikazivanje tema vezanih za imigrante i etničke manjine u medijima ima veliki uticaj na javno mnjenje. Iako mediji predstavljaju važno sredstvo u borbi protiv rasističkih i ksenofobičnih pogleda, predrasuda i predubeđenja, oni takođe mogu imati ulogu u stvaranju ili pojačavanju takvih pogleda*“.
6. U poruci Upravnim komitetima i *ad hoc* Komitetima za borbu protiv rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije (januar 1994), Komitet ministara je pozvao te komitete da, prilikom iznošenja principa svog delovanja, uzmu u obzir stavove 4 i 5 Plana akcije i da u skladu s tim istupaju, prilagođavaju svoje tekuće aktivnosti u pomenutim oblastima ili predlažu nove.
7. Na Četvrtoj evropskoj ministarskoj konferenciji o politici masovnih medija (Prag, 7. i 8. decembar 1994. godine), ministri država učesnica osudili su u svojoj Deklaraciji o

medijima u demokratskom društvu sve vidove izražavanja koji podstiču rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam i sve vidove netolerancije, pošto to podriva demokratsku sigurnost, kulturnu povezanost i pluralizam. Osim toga, Plan akcije, kojim su ustanovljene strategije za promovisanje medija u demokratskom društvu i koji su ministri uputili Komitetu ministara Saveta Evrope, zahteva od Saveta Evrope da „prouči, u tesnoj saradnji sa medijskim poslenicima i regulatornim organima, moguće smernice koje bi pomogle medijskim poslenicima da se suprotstavljaju netoleranciji u svim njenim vidovima“ (tačka 6 Plana akcije).

8. Shodno tome, Upravni komitet za masovne medije (CDMM) naložio je Grupi stručnjaka za medije i netoleranciju (MM-S-IN) da razmotre, između ostalog, ulogu koju mediji mogu da igraju u propagiranju rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije, kao i doprinos koji bi mogli da daju u borbi protiv tih zala.

9. Analizirajući ove oblasti, MM-S-IN je uzeo u obzir odredbe sadržane u međunarodnim pravnim instrumentima (naročito Konvenciju Ujedinjenih nacija o ukidanju svih oblika rasne diskriminacije, Evropsku konvenciju o ljudskim pravima i sudsku praksu nadzornih institucija pomenute konvencije) kao i u zakonodavstvu država članica Saveta Evrope. Što se tiče ovog drugog, radu MM-S-IN umnogome je doprinela studija švajcarskog Insituta za uporedno pravo (*Pravne mere za borbu protiv rasizma i netolerancije u državama članicama Saveta Evrope*, Strazbur, 2. mart 1995. godine, dokument CRI (95) 2), sačinjana pod pokroviteljstvom Evropske komisije za borbu protiv rasizma i netolerancije (ECRI).

10. Pored toga, MM-S-IN je naručio uporednu studiju Katedre za novinarstvo i masovne komunikacije Univerziteta u Tampereu, u Finskoj, o etičkom kodeksu koji se tiče medija i netolerancije (dokument MM-S-IN (95) 21; takođe objavljena kao: Kolehmainen/Pietiläinen, *Comparative Study on Codes of Ethics Dealing with Media and Intolerance*, u: Kaarle Nordenstreng (ed.), *Reports on Media Ethics in Europe*, University of Tampere Series B 41, 1995).

11. Tokom svog rada MM-S-IN je došao do zaključka da ne bi bilo preporučljivo da se pripreme pravno obavezujući instrumenti koji se tiču pitanja medija i netolerancije izvan postojećeg međunarodnog pravnog okvira (na najrelevantnije od njih upućuje preambula preporuke). S obzirom na poseban položaj medija, kao i na ključni značaj slobode medija i načela uređivačke nezavisnosti i samostalnosti, došlo se do zaključka da je i poželjnije i svrsishodnije usredsrediti se na neobavezujuće pravne instrumente, naime na skup načela koji bi Komitet ministara Saveta Evrope mogao da predloži vladama država članica kao osnovu za njihove zakonodavne i druge mere ili politiku na ovom polju.

12. Pored toga, produbljujući ta načela, MM-S-IN je stao na stanovište da je najvažnije napraviti razliku između: (1) uloge koju mediji mogu da imaju u propagiranju rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije, i (2) mogućeg doprinosa medija borbi protiv tih zala. Bilo je neophodno napraviti ovu razliku pošto se polje primene i opravdanost nametanja pravno obavezujućih mera veoma razlikuju u svakoj pojedinačnoj oblasti. Kada je u pitanju propagiranje rasizma i netolerancije, postoji, u načelu, okvir za nametanje pravno obavezujućih standarda bez kršenja slobode izražavanja i načela uređivačke nezavisnosti. Međutim, kada je u pitanju promovisanje pozitivnog doprinosa medija, treba

obratiti posebnu pažnju da se ne naruše ta načela. Ovo polje više zahteva mere podsticanja nego pravne mere.

13. Iz tog razloga, MM-S-IN i CDMM su odlučili da sačine dve odvojene preporuke: ovu o medijima i promovisanju kulture tolerancije i drugu o „govoru mržnje,, (videti Preporuku broj R (97) 20).

14. U različitim etapama sastavljanja ovih preporuka, MM-S-IN se konsultovao s različitim predstavničkim organizacijama u sektoru medija, kao i sa zainteresovanim nevladinim organizacijama da bi dobio njihove komentare o tekstovima u pripremi. Ti komentari bitno su doprineli sadržaju ova dva instrumenta.

15. Ova preporuka takođe dopunjuje pravne mere iz člana 9, stav 4 Okvirne konvencije za zaštitu nacionalnih manjina. Ova odredba zahteva od država potpisnica da usvoje, u okviru svojih pravnih sistema, odgovarajuće mere koje bi pripadnicima nacionalnih manjina olakšale pristup medijima, promovisale toleranciju i omogućile kulturni pluralizam.

16. Tekst preporuke je predat Komitetu ministara koji ga je usvojio na 607. sastanku zamenika ministara 30. oktobra 1997. i koji je odobrio objavljivanje Obrazloženja.

Operativni deo preporuke

17. Operativni deo preporučuje da vlade država članica obaveste medijske kuće, uključujući agencije, organizacije, tela i pomenute institucije o izvesnim načinima delovanja. Cilj preporuke je da ponudi primere delovanja koji su dokazali svoju vrednost i koji su promovisali kulturu tolerancije i stoga zaslužili širu primenu u različitim medijskim sektorima.

18. Ovaj deo jasno odražava opšti pristup izložen u ovoj preporuci u pogledu podele uloga i odgovornosti vlada i organa vlasti, s jedne strane, i različitih medijskih sektora, s druge strane. Kada je reč o „govoru mržnje“, obavezujuće mere organa vlasti mogu biti pogodne za suzbijanje ekscesa, dok su aktivnosti koje vlade mogu preduzeti kada je reč o mogućem doprinosu medija promovisanju kulture tolerancije u suštini nepravne prirode, zbog samostalnosti i nezavisnosti medija. Stoga, nezavisno od akcije koju mediji i različiti medijski sektori mogu sami da preduzmu, mere koje vlade mogu da preduzmu uglavnom će se sastojati u pružanju pomoći i podsticaja medijima. Ovu preporuku bi trebalo shvatiti u tom svetlu.

19. Takvi podsticaji i mere ohrabriranja mogu dobiti različite oblike koji zavise, između ostalog, od dotičnog medijskog sektora. Širenje važnih informacija, naročito o ovoj preporuci, jedan je primer, ali ima i drugih: organizovanje kampanja, naručivanje, objavljivanje, širenje i razmena studija i istraživanja koji bi mogli da pomognu pokretanju rasprave u medijskim sektorima; podrška organizacijama ili institucijama koje rade na povećanju svesti u medijskim krugovima o potrebi promovisanja tolerancije. Ovo je smisao drugog stava operativnog dela preporuke.

20. Mora se naglasiti da su neki pojedinačni mediji, obrazovne ustanove i predstavnička tela medijskih poslenika već pokrenuli izvesne inicijative u ovom smislu. Mnoge od njih, kao i predlozi za nove inicijative, spomenute su na konsultacijama koje je Savet Evrope održao 20. i 21. oktobra 1994. godine s predstavnicima medijskih poslenika. Na tim konsultacijama, organizovanim radi primene Plana akcije za borbu protiv rasizma, ksenofobije, antisemitizma i netolerancije, medijski poslenici iz svih ključnih medijskih sektora – kako javnih tako i privatnih – priznali su odgovornost tih sektora kada je reč o doprinosu borbi protiv rasizma i netolerancije. Rezultat sastanka bila je bogata zbirka inicijativa i predloga (Council of Europe document H/ONG (95) 2, Appendix V) koja može poslužiti kao izvor inspiracije za buduće inicijative medija na tom polju. Ona je takođe poslužila kao uzor za veliki deo sadržaja ove preporuke.

ANEKS PREPORUKE

Profesionalne delatnosti koje doprinose promovisanju kulture tolerancije

1. Obuka

Početna obuka

21. Prvi susret s načelima i praksom profesije u obrazovnim institucijama predstavlja najvažnije iskustvo u karijeri profesionalca. Veštine i znanja koja se kasnije razvijaju u profesionalnom životu uče se i stiču. Uloga škola novinarstva ili drugih institucija za obuku za rad u medijima jeste da postave čvrste temelje na kojima se gradi profesionalizam. Iz tog razloga, tekst naglašava značaj faze obrazovanja/obuke u karijeri profesionalca za usađivanje svesti o značaju uključivanja medija u multietnička i multikulturalna društva, i naročito za doprinos koji mediji i medijski poslenici mogu da daju promovisanju kulture tolerancije.

22. Istraživanje pokazuje da se u školama novinarstva i institutima za obuku za rad u medijima posvećuje nedovoljna pažnja stvaranju svesti i uviđanju značaja uloge koju mediji mogu da imaju u tom kontekstu. Ovo se smatra upadljivim nedostatkom obrazovnog procesa. Tekst zato podstiče razvoj specijalističkih kurseva koji omogućavaju da budući medijski poslenici shvate realnost različitosti i razgovaraju o njoj, a naročito uvide velike mogućnosti medija da podstiču veću tolerantnost u društvu, zasnovanu na jednakom dostojanstvu svih njegovih članova. Da bi se doprinelo poboljšanju kvaliteta rada medijskih poslenika, neophodno je obezbediti studentima zdravo istorijsko i društveno-kulturološko razumevanje imigracije, teškoća koje prate integraciju etničkih, kulturnih i verskih manjina u društvo, širenja ekstremizma, veza između društvene stabilnosti i tolerancije i činjenice da razlike obogaćuju.

23. Istraživanje je pokazalo da postoji nedostatak adekvatnog nastavnog materijala u ovoj oblasti. U želji da to popravi, Savet Evrope je naručio priručnik koji sadrži detaljnu analizu raznih slučajeva. Oseća se potreba da se dalje ohrabruju takve inicijative kako bi se povećala dostupnost nastavnih sredstava. U ovom smislu, profesionalne organizacije mogu da pomognu onima koji se bave obučavanjem drugih, naročito dostavljanjem primeraka etičkih kodeksa koji se bave problemima netolerancije ili pisanih i audio-vizulnih

materijala koji prikazuju različite načine obrade tema kao što su napetost između zajednica, kriminal u imigrantskoj zajednici itd.

Kasnija obuka

24. Obuka o doprinosu koji mediji mogu dati promovisanju kulture tolerancije mora se smatrati stalnom strategijom. Iz tog razloga tekst podstiče medijske kuće da obezbede internu obuku ili učešće na obrazovnim seminarima, u radionicama itd, organizovanim izvan dotične medijske kuće.

Naročito je važno da se ovo omogući onim zaposlenima za koje postoji verovatnoća da će u određenoj fazi imati uticaja na operativnu strategiju medijske kuće pošto takve osobe mogu da budu pristalice promena i olakšaju njihovo sprovođenje.

2. Medijske kuće

25. Promovisanje kulture tolerancije zahteva sistematski i stalni rad s medijskim poslenicima. Pouke stečene tokom obuke moraju se primenjivati u svakodnevnom radu medijskih kuća.

26. Iz tog razloga, tekst naglašava značaj razmatranja ovih pitanja u samoj medijskoj kući. Interna rasprava ima brojne prednosti. Na prvom mestu, ona stalno održava aktuelnost angažovanja medija u ovoj oblasti. Drugo, pomaže u stvaranju radnog okruženja koje ima razumevanja za toleranciju. Treće, može da pomogne u uspostavljanju standarda i prepoznavanju nedostataka.

27. Tekst nabroja teme inspirisane najboljom profesionalnom praksom koja je uticala na etičke kodekse, standarde itd. Istraživanje je pokazalo da mnogi takvi kodeksi naglašavaju odgovornost medija kada je reč o promovisanju kulture tolerancije. Važno je da se obezbedi da oni postupaju u skladu sa njima. Interna rasprava o tome kako dostići ciljeve i standarde predstavlja značajan način da se obezbedi da ti standardi prodru u profesionalni život.

28. Inicijativa da se organizuje rasprava i razmatranje doprinosa koji određene medijske kuće mogu dati promovisanju kulture tolerancije može da potekne od samih medijskih poslenika ili od rukovodstva. Pri tom je važno da rukovodstvo i medijski poslenici zajednički donesu zaključke. Naročito treba voditi računa o potrebi da se poštovanje profesionalnih standarda spoji sa saznanjem o značaju kvalitetnog obraćanja čitaocima, gledaocima i slušaocima.

29. Nabrojane teme mogu se posmatrati kao reperi. Rasprava bi mogla da pokaže da politika obraćanja medijske kuće nije u skladu s nekim ili svim standardima. Mogu se preduzeti inicijative u cilju otklanjanja nedostataka.

3. Predstavnička tela medijskih poslenika

30. Tekst upućuje na programe delovanja i praktične inicijative koje mogu da slede predstavnička tela medijskih poslenika, kao što su udruženja ili unije novinara, izdavača, urednika, elektronskih medija, zaposlenih u marketingu itd. I ovde se opet može ukazati na neke novije primere koji pokazuju da su neke organizacije, naročito udruženja novinara, preduzele konkretne korake da pokrenu i održe diskusiju među svojim članovima o njihovom mogućem doprinosu promovisanju kulture tolerancije.

Na primer, 1995. godine sledeće organizacije su organizovale konferencije i seminare o tom pitanju uopšte ili o nekim njegovim vidovima: Nacionalna unija novinara (National Union of Journalists, Ujedinjeno Kraljevstvo), Holandska unija novinara (Dutch Union of Journalists - NVJ), Nordijske unije novinara (Nordic Unions of Journalists), Javna radio-difuzija za multikulturalnu Evropu (Public Broadcasting for a Multicultural Europe - PBME), Međunarodna federacija novinara (International Federation of Journalists - IFJ), CIRCOM Regional, itd. Za mnoge od ovih organizacija takvi sastanci nisu samo pojedinačni događaji nego sastavni deo šireg programa akcija koje oni spovode, na primer putem radnih grupa osnovanih u tu svrhu.

31. Može se takođe pomenuti međunarodna medijska radna grupa za borbu protiv rasizma i ksenofobije, koju je okupila Međunarodna federacija novinara (IFJ), u saradnji s Evropskom unijom radio-difuzije (EBU) i Svetskim udruženjem novina (WAN), koja razvija i primenjuje međunarodni program aktivnosti na tom polju od 1994. godine.

32. Pomenute aktivnosti mogu da posluže kao koristan izvor inspiracije drugim predstavničkim telima medijskih poslenika.

4. Kodeksi ponašanja

33. Kako je istaknuto u stavu 27, mnoge organizacije medijskih poslenika u evropskim zemljama usvojile su kodekse ponašanja, takođe nazvane kodeksima delovanja ili etičkim kodeksima. Velika većina tih kodeksa, iako ne svi, sadrže odredbe o zabrani rasne diskriminacije. U mnogim, mada ne svim, evropskim zemljama uspostavljena su samoregulatorna tela, kao što su medijski saveti, kako bi nadzirala poštovanje profesionalnog kodeksa ponašanja. Iako se delotvornost tih kodeksa i samoregulatornih tela ponekad dovodi u pitanje, možda delimično s pravom, vrlo je teško stvoriti vernu sliku o njihovoj efikasnosti. Ne radi se samo o tome da se studije uglavnom odnose samo na ekstremne slučajeve i zanemaruju uobičajeno ponašanje koje je u skladu s kodeksom, već s pravom možemo da se zapitamo do koje je mere ponašanje u skladu s kodeksom stvarni rezultat kodeksa (uporediti odeljak 6.1 uporedne studije navedene u stavu 10 u gornjem delu teksta).

34. S druge strane, mogu se preduzeti izvesni koraci kako bi se povećala delotvornost kodeksa ponašanja. Bilo bi izuzetno poželjno da u pripremu tih kodeksa budu uključeni ne samo medijski poslenici, već i članovi najvišeg rukovodstva. Neke medijske kuće su čak sastavile svoje vlastite kodekse ponašanja. Ovaj pristup ima tu prednost što približava

kodeks radnom mestu i svakodnevnom donošenju odluka.

35. Bez obzira na delotvornost, neosporno je da razrada kodeksa ponašanja ima tu prednost što se na taj način postavljaju standardi ili „reperi,“ koji mogu da posluže kao osnova za odgovorno i profesionalno ponašanje.

Na taj način oni mogu da igraju korisnu ulogu, na primer u domenu obuke i internih diskusija u okviru medijskih kuća (videti komentare navedene gore u stavovima 23 i 27), ali i kao platforma za raspravu koju bi organizovala predstavnička tela medijskih poslenika (videti stavove 30-31).

5. Radio-difuzija

36. Ovaj tekst se posebno odnosi na radio-difuziju zbog širokog dometa i neposrednog i snažnog uticaja koji naročito audio-vizuelni mediji imaju na javnost.

37. Iako se tekst odnosi kako na javne tako i na privatne radio-difuzne organizacije, jasno je, kao što je istaknuto i na Četvrtoj ministarskoj konferenciji o politici masovnih medija (Prag, 7. i 8. decembar 1994. godine), da su radio- difuzne organizacije javnog servisa preuzele posebne obaveze s obzirom na zadatke koje imaju. U Rezoluciji br. 1 o budućnosti radio-difuzije javnog servisa, države potpisnice su se složile da se osnovni zadaci radio-difuznih organizacija javnog servisa sastoje u tome da:

- „obezbede, kroz svoje programe, repere za sve pripadnike javnosti i faktor za društvenu koheziju i integraciju svih pojedinaca, grupa i zajednica. Posebno moraju da odbace svaku diskriminaciju na osnovu kulture, pola, vere ili rase i svaki vid društvene segregacije;
- razvijaju i prave programsku šemu tako da ona bude od interesa za široku javnost, vodeći ipak računa o potrebama manjinskih grupa;
- odražavaju različite filozofske ideje i verska uverenja u društvu, u cilju jačanja uzajamnog razumevanja i tolerancije i promovisanja odnosa između različitih zajednica u multietničkim i multikulturalnim društvima."

38. Stručnjaci iz radio-difuznih kuća priznaju da je, iako specifična programska politika za manjinske grupe ostaje važna (na primer, radi očuvanja manjinske kulture, informisanja o zemljama porekla, poznavanja jezika, obaveštavanja o njihovim pravima itd), i možda čak zahteva dalji razvoj u slučajevima kad se ne zadovoljavaju sve potrebe određenih zajednica (na primer, nedovoljno predstavljanje nekih veroispovesti u okviru emisija o religiji u mnogim zemljama), „uključujuća“ i multikulturalna programska politika neophodna za promovisanje boljeg razumevanja različitih kultura i zajednica u društvu kao celini i izbegavanje marginalizacije grupa i zajednica. U istom duhu, Preporuka 1277 (1995) Parlamentarne Skupštine o migrantima, etničkim manjinama i medijima ističe važnost većeg angažovanja, kako javnih tako i privatnih medija, u objektivnom izveštavanju o stvarima koje se tiču migranata i etničkih manjina i omogućavanja uravnoteženog

uključivanja predstavnika zajednica migranata i etničkih manjina u glavne tokove radio i televizijskih programa (stav 5.iv.f Preporuke).

Ovo je takođe istaknuto na Konferenciji o ulozi medija u promovisanju integracije i jednakih mogućnosti za imigrante, koju je organizovao Savet Evrope u Solingenu (Nemačka) od 30. novembra do 2. decembra 1994. godine.

39. Što se tiče pojma „multikulturalne programske politike,, mora se istaći da je Programski Komitet EBU 26. oktobra 1994. godine usvojio deklaraciju o namerama koja je odgovor na Deklaraciju usvojenu na bečkom samitu Saveta Evrope. U deklaraciji o namerama, radio-difuzne organizacije javnog servisa priznaju da su svesne značajne ulogu koju moraju da imaju u višerasnoj, multikulturalnoj i multikonfesionalnoj Evropi i priznaju da je od ključnog značaja da ulože sve moguće napore da bi njihovi programi verno odražavali kulturne, rasne i jezičke različitosti u društvu.

40. Sledeći EBU deklaraciju o namerama, PBME je 1995. godine usvojio skup preporuka za radio-difuzne organizacije o pravičnom prikazivanju etničkih manjina u evropskim društvima. Ove preporuke naglašavaju značaj multikulturalne programske politike i nude opšte preporuke za emisije i posebne vrste programa.

41. Iako postoji mnogo vrsta programa kojima radio-difuzne organizacije mogu da daju vidan doprinos promovisanju klime tolerancije u kojoj je „različitost“ prihvaćena kao normalni element multikulturalnog društva, sportski programi prvenstveno pružaju odličnu mogućnost da se širokoj javnosti sport i sportski događaji prikažu kao prilika da se pojedinci i narodi sastaju bez diskriminacije i u duhu fer-pleja. Ovo je takođe naglašeno u Rezoluciji o toleranciji i sportu koja je usvojena na Osmoj konferenciji evropskih ministara za sport (Lisabon, 17. i 18. maj 1995. godine).

42. U odnosu na poslednji paragraf ovog odeljaka, može se navesti primer koji je dao EBU osnivanjem radne grupe preko koje programi vezani za toleranciju ili promovisanje odnosa među zajednicama mogu da se razmenjuju između radio- difuznih organizacija u evropskim zemljama.

6. Oglašavanje

43. Ovaj tekst je delimično inspirisan i Preporukom br. R (84) 3 o načelima oglašavanja preko televizije, koju je usvojio Komitet Ministara 23. februara 1984. godine, i predstavlja njenu detaljnu razradu.

44. Reklame su po samoj svojoj prirodi obično kratke, brze i upadljive. U njima se obično upotrebljavaju kliše i stereotipi. Iz tog razloga, njihove mogućnosti za širenje negativnih stereotipa su velike i trebalo bi povesti računa da se to izbegne.

45. Poslednji stav teksta se odnosi, između ostalog, na kampanje koje organizuju javne ili privatne organizacije u cilju promovisanja tolerancije i boljeg upoznavanja javnosti s opasnostima netolerancije.